

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

FACILITY
MANAGEMENT
**Dal catering
ai servizi
integrati**

RISTORAZIONE
& UNIVERSITÀ
**Vecchi modelli
nuove proposte**

Fuori casa
**TANTA VOGLIA
DI RISTORANTE!**

SERENISSIMA RISTORAZIONE

Orgogliosamente Italiani



SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.

GESTIONE DIRETTA, **no grazie**

Da qualche tempo si registrano segnali preoccupanti da parte di alcune amministrazioni comunali a favore di un ritorno alla gestione diretta dei servizi di ristorazione. Si tratta di scelte profondamente sbagliate che, se concretizzate, non potranno che recare gravi danni al nostro settore per una serie di motivi.

Innanzitutto perché l'obiettivo di rinunciare ad un gestione externalizzata, magari raggiunto attraverso la costituzione di apposite società comunali, avrebbe la conseguenza di ingessare quote di mercato impedendo una libera concorrenza, con il rischio di pagare il servizio più di quanto avverrebbe con un confronto competitivo tra aziende del settore. I costi infatti lieviterebbero anche

perché le nuove società dovrebbero dotarsi di un consiglio d'amministrazione, di un ufficio acquisti, di un ufficio qualità e via dicendo. Tutte spese che gravano sul bilancio finale. Le aziende appena costituite dovranno poi assumere nuovo personale per concorso non potendo integralmente assorbire quello in carico all'azienda che attualmente gestisce il servizio, con conseguenze facilmente immaginabili sul piano dell'occupazione. Siamo infine convinti che la professionalità del servizio sia di gran lunga garantita meglio da SRC esperte, capaci cioè di adattarsi efficacemente alle aspettative dell'utenza a cui il servizio è rivolto. Insomma, la tenden-

za che va affiorando è chiaramente un'anomalia, magari anche dettata dall'esigenza di creare qualche nuovo incarico retribuito o garantire un certo numero di nuove assunzioni...

Forse siamo troppo maligni, ma come diceva quel politico di lungo corso, a pensar male si fa peccato, ma quasi sempre si indovina.



COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elio Italia**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Basoni • A.D. **Chef Express** - Presidente **AIGRIM**

Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**

Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**

Roberto Colombo • Amministratore Delegato **Sebeto**

Massimiliano Fabbro • A.D. **Fabbro** - Presidente **Anir**

Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**

Andrea Laguardia • Resp. di settore **Legacoop**

Produzione & Servizi

Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**

Alberto Niero • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Alessandro Pirinoli • Managing Director **Compass Group Italia**

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo

Serenissima Ristorazione

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs

and Europe Business Dvlp. **Autogrill**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**

Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elio Italia**



i Convegni
di **Ristorando**

Media partners:

Ristorando
retail
food
BARTù
Bar | Alberghi | Ristoranti



11^a EDIZIONE MOSTRA CONVEGNO

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSOR



Be sure. **testo**



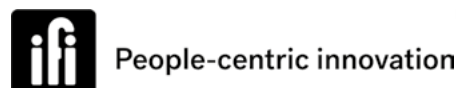
Délifrance



winterhalter



SILVER SPONSOR



ASSOCIAZIONI PARTNER





PASTA RIPIENA
**READY
TO GO**



ONLY BY SDS

Promuoviamo l'igiene delle mani.
Nei nostri locali troverai gel e
saponi RUBBERMAID By SDS, con
una formula delicata e idratante,
che aiuta a prevenire
le infezioni.



AREAS Italia

SEMPRE PIÙ LEADER NEL TRAVEL RETAIL
CON NUOVI CONCEPT E NUOVE PARTNERSHIP!

areas 
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it

LUGLIO/AGOSTO 2021

01 Editoriale - Gestione diretta, no grazie

09 News - La notizia è servita

22 Tendenze e mercati - Disoccupazione e inflazione incombono sulla ripresa

25 Facility management - Dal food alle facilities
Il giro d'affari del facility management in Italia si stima valga 60 miliardi di euro. Ecco perché gran parte delle società di ristorazione sta affinando la propria offerta di servizi non food

35 Top 500 USA - La grande transizione
In un anno contrassegnato dalla diminuzione delle vendite e del numero dei pdv a causa della pandemia, si delineano i trend che caratterizzeranno il fuoricasa negli States nei prossimi anni: la forza di asporto e delivery in testa

38 Ristorazione universitaria - Catering cum laude
Dalla gestione diretta a quella esternalizzata, dal vecchio self service al ristorante con menu per tutti i gusti e show cooking: come cambia l'offerta per gli studenti universitari

42 L'intervista - Passato, presente e futuro
Con il neo eletto presidente di Aigrim, Cristian Basoni, abbiamo fatto il punto della situazione nel mondo della ristorazione multilocalizzata

44 Mercati - La rinascita del buono
Dopo aver subito una contrazione del 20% nel 2020, il mercato dei sostituti di mensa guarda con fiducia al futuro, grazie a una spiccata evoluzione digitale accelerata dalla pandemia

51 Ristorando per Svat - Logistica a 5 stelle
Con 9 piattaforme logistiche attive (di cui quattro certificate IFS Logistics), 300 mezzi in movimento, oltre 4.000 referenze e 70.000 viaggi solo nel periodo marzo-maggio 2021, Svat dà un valido contributo alla ripresa post pandemia dei suoi oltre 1.000 clienti

52 Foodservice equipment - A difesa dell'ambiente
Economia circolare, RAEE e mercato dell'usato. Normative e tematiche connesse fra loro, tradotte in uno studio promosso da Efcem rivolto al comparto dell'HO.RE.CA

57 Sicurezza alimentare - MOCA: tutele per i consumatori e ricadute ambientali
Il rilevante ricorso a contenitori monouso, dettato dall'emergenza sanitaria, ha riacceso i riflettori sul quadro normativo relativo ai materiali a contatto con alimenti. Facciamo il punto

60 Foodservice equipment - 40 anni al servizio della ristorazione
Dal primo forno combinato a gas al Kitchen Triathlon, un nuovo modo di intendere la cucina. Questo il contributo di Lainox Ali al futuro della ristorazione moderna

62 Ristorazione a tema - La formula del successo
Con 13 opening nell'anno nero della pandemia e una previsione di 40 per quest'anno, Alice Pizza è uno dei format che ha saputo reagire meglio alla crisi. Grazie a una formula che punta su prossimità, digitale e delivery fatto "in casa"



RUBRICHE

- 66** La borsa delle imprese
- 72** Ristorando Equipment
- 74** Ristorando club
- 80** Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 26 - numero 7/8 - Luglio/Agosto 2021

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



L'ALTERNATIVA ECOSOSTENIBILE ALLA PLASTICA

Clearkit propone soluzioni all'avanguardia ed **ecosostenibili** rivolte al mondo della **ristorazione collettiva e commerciale** in grado di rispondere alle esigenze di mercato, rispettando l'ambiente.

USO DI FONTI
DI ENERGIA

RINNOVABILI

80%
DI ENERGIA

AUTOPRODOTTA

OTTIMIZZAZIONE
TRASPORTI

PER < EMISSIONI
DI CO2

POSATE

100% RICICLABILI

IL NOSTRO PERCORSO GREEN

ENERGIA

Autoproduciamo l'80% dell'energia con un'impianto fotovoltaico.

LAVAGGIO

Laviamo e sanifichiamo le posate con detersivi ecolabel.

CONFEZIONAMENTO

Con confezioni biodegradabili o in poliprobilene 100% riciclabile.

TRASPORTO

Ottimizzato per minori emissioni di CO2.

RIUTILIZZO

Le posate non si usurano e sono riutilizzabili all'infinito.



Via Giovanni Donghi n.8, 20811, Cesano Maderno (MB)
commerciale@clearkit.it
+39 348.3373532 | ++39 0362 687643



www.clearkit.it



VALYOUNESS

Il welfare che fa
per i miei dipendenti.



VALYOUNESS è il welfare che fa per i miei dipendenti, che amano il loro lavoro e anche il loro tempo libero. Perché **VALYOUNESS** offre servizi di welfare vantaggiosi e altamente personalizzabili, in grado di rispondere alle necessità delle imprese e migliorare il benessere delle persone che ci lavorano.

Scopri di più su **VALYOUNESS.IT**

SEGUICI SU 

 **VALYOUNESS**



A SINISTRA MARIO FEDERICO E DARIO BARONI

Big Mac: Federico va in Germania e lascia a Baroni l'Italia

Giro di poltrone in casa **McDonald's**: l'amministratore delegato della costola italiana del brand USA dall'ottobre 2016, **Mario Federico**, lascerà il posto a **Dario Baroni**, oggi vice president Brand & Customer experience. Assumerà il ruolo di president e ceo di McDonald's Germania e Lussemburgo a partire dal 1° agosto 2021. Mario Federico ha più di 32 anni di esperienza nel food service e nel settore dell'hospitality, trascorsi lavorando in Italia, Francia, Spagna, Svizzera, Germania e Gran Bretagna. Da 22 anni in McDonald's, ha ricoperto diversi ruoli con crescenti responsabilità internazionali. Originario di Pisa, Dario Baroni ha conseguito la laurea in Ingegneria Chimica iniziando la sua carriera in *Procter & Gamble* nel 1999. Prima di arrivare in McDonald's nel 2016, è stato Marketing director della Consumer Business Unit di *Vodafone Italia*. Come chief marketing officer di McDonald's Italia, il manager è stato un convinto promotore delle strategie digital e CRM e ha lanciato la piattaforma *MySelection*. Dopo un'esperienza in Operations, nell'autunno del 2020 Baroni era diventato vice president con responsabilità su Strategia, Field Service, Marketing, Development e Construction.

Elior e Winnow schierano l'I.A. contro lo spreco di cibo

Ridurre gli sprechi alimentari attraverso l'impiego dell'Intelligenza Artificiale: **Elior** ha avviato un progetto pilota per l'implementazione della soluzione di IA *Winnow Vision* di **Winnow**, con l'obiettivo di ridurre gli sprechi alimentari nei propri ristoranti e cucine.

Winnow è infatti un'azienda che aiuta gli chef a gestire cucine più profittevoli e sostenibili. La sua tecnologia, lanciata in un ristorante con un solo dipendente nel 2013, è oggi adottata da più di 1.400 locali a livello globale, e la società è presente in oltre 40 paesi con uffici a Chicago, Londra, Dubai, Singapore, Shanghai e Cluj-Napoca.

La soluzione proposta dall'azienda prevede l'installazione di una telecamera posizionata sopra i contenitori della spazzatura, che cattura le immagini dei rifiuti di cibo. Nel tempo, il sistema di IA impara a riconoscere i vari alimenti che sono stati gettati, automatizzando gran parte del processo di registrazione del food waste e fornendo dati accurati in maniera semplice.

Nell'ambito del progetto che mira a ridurre, entro il 2025, gli sprechi alimentari del 30% e le emissioni di CO2 per ogni pasto del 12%, Winnow Vision è stato installato sia nella cucina che nel ristorante del locale di *Elior Fourchette* a Milano. I clienti sono incoraggiati a usare il sistema WV, che misura quanto cibo non viene consumato, aiutandoli a maturare una maggiore consapevolezza sullo spreco e fornisce informazioni sulle loro abitudini, offrendo alla brigata di cucina indicazioni sugli alimenti più comunemente sprecati.

Secondo l'AD **Rosario Ambrosino**, il progetto si integra nella strategia aziendale volta alla sostenibilità ambientale che vede nella lotta al food waste un punto focale.



ROSARIO AMBROSINO, AD Elior Italia

Prima Camst e poi Dussmann: due rinnovi per le scuole di Trieste



Dussmann servirà i pasti nelle scuole di **Trieste** fino al 2027. Il Comune giuliano ha infatti optato, come già nel dicembre scorso con il rinnovo a **Camst** nell'appalto parallelo, sulla continuità operativa premiando anche la costola italiana dell'azienda di ristorazione tedesca. Dunque, alla scadenza del 22 dicembre prossimo, l'appalto per il Lotto 2 sarà rinnovato fino al 31 dicembre 2027, per un valore di 22 milioni di euro. Si tratta di due commesse complesse, che valgono 8 milioni di euro all'anno. A Dussmann compete l'appalto più articolato, che riguarda gli istituti scolastici: si tratta di 860mila pasti all'anno preparati in 41 strutture. A Camst invece compete il Lotto 1, che prevede la preparazione dei cibi nel centro cottura di Sgonico, dove vengono confezionati circa 650 mila pasti all'anno distribuiti in 44 istituti scolastici. Qui il rinnovo prevede un esborso per il Comune in 5 anni di 20,1 milioni di euro complessivi.

Un pasto vegano al mese nelle scuole di Torino

Un pasto vegano al mese, diverse proposte vegetariane e un piatto ideato da uno chef famoso o esperto: ecco tre delle novità della sperimentazione del servizio di refezione scolastica che interesserà da settembre 40mila bambini delle scuole di **Torino**. Da allora entreranno infatti in vigore le nuove linee guida della ristorazione per le mense scolastiche introdotte dalla Giunta **Appendino**. Dopo i menu differenziati per fascia di età, per stagione, per orientamenti religiosi e culturali (a Torino sono 4mila i menu personalizzati), adesso si somministreranno piatti di origine vegetale, a base di ceci o lenticchie, ai bambini e ai ragazzi, dagli asili alle medie.

Secondo **Alberto Ritucci**, responsabile della ristorazione scolastica del Comune piemontese, l'idea nasce dalla richiesta crescente da parte dei genitori di un menu a contenuto vegetariano e vegano. Si inizierà con un solo pasto vegano al mese ma non è escluso



che per alcune fasce d'età possano aumentare i giorni. L'altra novità prevista è che nelle 180 cucine per i nidi e le scuole dell'infanzia e nei quattro centri di cottura per le scuole primarie e secondarie di primo grado, il personale seguirà una volta al mese la ricetta predisposta da uno chef. Ultima novità, che certo desterà polemiche, è la previsione di un "ritorno al passato": in almeno due plessi scolastici individuati secondo i criteri di uno studio condotto nel 2017 in collaborazione con l'**Università di Torino**, il pasto sarà preparato dalla cuoca che cucina a due passi dalla classe (ma anche quelle delle società di ristorazione sono delle cuoche, o no?...).

Pane&Trita arriva a Milano con The funny side of meat

Un format che racchiude una steak-house, una hamburgeria, un fast food e una pizzeria: si presenta così **The funny side of meat**, il nuovo concept urbano di **Pane&Trita**, che dalla Brianza inaugura la prima location a Milano, in zona Porta Romana.

Secondo **Pabel Ruggiero**, co-fondatore dell'insegna, approdare nel capoluogo è un sogno che si realizza. Dalla sua nascita a Seregno, Pane&Trita offre un'esperienza familiare in classico stile retrò, rievocando gli anni 60 italiani, un mix tra passato e presente, dove il filo conduttore è la genuinità dei prodotti e la tradizione. Il riscontro del pubblico ha portato all'apertura delle location di Muggiò, Cantù, Costa Masnaga e Villasanta. Per lo sbarco meneghino, è stato scelto il nuovo formato che l'imprenditore definisce un fast-food supercool, dove sono serviti ai clienti sia i cavalli di battaglia a base carne che i must del momento: dal sushi alle poke di carne fino agli immancabili cocktail meat based, come il gin tonic alla n'duja o il Negroni al bacon, cui si accompagna la *Birra Moretti*, in particolare la versione filtrata a freddo. Social media presidiati da *Brainpull* e design e progettazione del locale curati da *Linea Zappa* e *CostaGroup* completano la descrizione del locale.



Gavezotti (Edenred) nominata Cavaliere del Lavoro

Graziella Danila Gavezotti è stata nominata Cavaliere del Lavoro della Repubblica Italiana. La presidente di **Edenred Italia Fin Srl** e membro del Board di **Edenred SE** riceve dunque l'onorificenza riservata ai grandi nomi del mondo economico italiano.

Il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha conferito a Graziella Danila Gavezotti la prestigiosa onorificenza assegnata ogni anno a 25 imprenditori italiani, che si sono distinti nei settori dell'agricoltura, dell'industria, del commercio, turismo e servizi, dell'artigianato, del credito e delle assicurazioni.

Un riconoscimento di grande valore che premia l'impegno professionale e la carriera di una donna da sempre in prima linea nello sviluppo del settore dei benefit per le aziende e le loro persone: Graziella Danila Gavezotti ha infatti seguito in prima persona il lancio di *Ticket Restaurant®* sul mercato italiano, nel 1976, per conto del Gruppo francese **Jaques Borel International**. Con il ruolo di direttore generale di **Ticket Restaurant Italia Spa** ha poi dato il via nel 1994 al processo di digitalizzazione dei buoni pasto.

Dopo la quotazione del gruppo alla Borsa di Parigi, con il nome **Edenred**, dal 2010 al 2019 ha ricoperto gli incarichi di presidente e amministratore delegato **Edenred Italia**, contribuendo a rafforzare il gruppo.



GRAZIELLA DANILA GAVEZOTTI, presidente **Edenred Italia Fin Srl**

QUESTA ESTATE *usa e ricicla* CON **CONTITAL®**

*piatti in
alluminio*

100% riciclati &
100% riciclabili (*all'infinito*)

disponibili
con coperchio



Eclipse

il packaging più **elegante**,
ricercato, esclusivo e 100% riciclabile

disponibili
con coperchio

PER MAGGIORI INFORMAZIONI    
www.contital.com | sales@contital.com

CONTITAL®

Mense di Jesi, una nuova "casa" per la cucina unica

AAA cercasi nuova "casa" per la cucina unica centralizzata delle mense scolastiche di Jesi: a cercarla è **JesiServizi**, la partecipata comunale che appalta la refezione nelle scuole della cittadina marchigiana. Dal 2013, i 2.500 pasti quotidiani delle mense vengono preparati nella cucina della Casa di Riposo del Comune. Ma sulla residenza per anziani sono in previsione lavori di ristrutturazione e i locali, entro agosto 2022, vanno restituiti all'Asp.

La spesa messa in previsione per realizzare la nuova struttura di cottura unica oscilla fra 550 e 750 mila euro a seconda del fatto che i locali siano o meno già attrezzati. Si cerca una superficie fra 500 e 700 mq entro e non oltre il mese di febbraio 2022, al fine di poter bandire in tempo utile la nuova gara per l'affidamento del servizio di preparazione e distribuzione dei pasti previsti, che sono circa 2.500 al giorno.



Buoni pasto per gli studenti francesi? La proposta passa al Senato

Il **Senato francese**

ha adottato la proposta di legge che istituisce un buono pasto da 6,6 euro riservato soltanto agli studenti che non possono accedere ai ristoranti universitari (Ru) convenzionati con la rete dei centri regionali delle opere universitarie e scolastiche (Crous).

Il voucher in questione, pagato a metà dagli studenti e dallo Stato (pari a un esborso per le casse pubbliche tra i 2 e i 3 miliardi di euro), consentirebbe agli aventi diritto di poterlo spendere anche per fare la spesa nei minimarket convenzionati. Una vera innovazione sociale: così l'ha definita il senatore relatore della proposta di legge, **Pierre-Antoine Levi**.

Un emendamento adottato dalla commissione Cultura prevede di territorializzare questi nuovi buoni pasto studenti, per evitare che si crei una concorrenza con l'offerta dei ristoranti universitari gestiti da Crous e la ristorazione privata.

Frédérique Vidal, ministra dell'Istruzione della *Republique* non ha sostenuto l'iniziativa pur giudicandola utile. La politica preferirebbe la creazione di partenariati con le comunità locali affinché possano mettere a disposizione degli studenti le mense della PA transalpina e degli ospedali, rispondendo alle stesse esigenze dei ristoranti universitari. Oggi, 2,3 milioni di studenti su 2,8 milioni hanno accesso a un punto di ristorazione in Francia.



Rossopomodoro apre nella "Kuiiri Cloud Kitchen" di Milano

La catena di pizzerie napoletane **Rossopomodoro**, in collaborazione con la start up attiva nel food delivery **Kuiiri**, ha aperto un nuovo ristorante all'interno della *Kuiiri Cloud Kitchen* in via California 15 a Milano.

Obiettivo: coprire una delle zone del capoluogo lombardo dove ancora non erano presenti i ristoranti dell'insegna più diffuso del gruppo partenopeo **Sebeto**, che sotto la guida dell'AD **Roberto Colombo** sviluppa anche i format **Rossopomodoro**, **Anema & Cozze** e **Rossocaffè**.

La scelta del modello Kuiiri permette a Rossopomodoro (che di recente ha sottoscritto anche una partnership con **PAYBACK**) di effettuare sia il servizio di delivery che quello da asporto. Nel menu di Rossopomodoro per la Cloud Kitchen di Kuiiri ci sono 14 pizze ma si possono anche gustare la vera mozzarella di bufala campana Dop, tante insalate e anche la famosa Tiel-la, il tipico fritto misto napoletano con panzarotti sale e pepe, arancino di riso e frittatina di bucatini. Per finire da Rossopomodoro Kuiiri c'è anche la possibilità di ordinare dolci tipici.



PRISTINE
Hulalai

**Gran
Cucina**
PIZZA

Ideali per professionisti in cucina

Duetto

- ◆ Senza zuccheri aggiunti
- ◆ Delizioso sapore lattico
- ◆ Eccellente performance anche ad alte temperature
- ◆ Senza glutine
- ◆ Performance costante anche dopo aggiunta di ingredienti acidi



Gran Cucina Pizza

- ◆ Consistente e cremosa
- ◆ Senza olio di palma
- ◆ Senza grassi idrogenati
- ◆ Eccellente performance sia in forno a legna che elettrico
- ◆ Gusto lattico delicato



NOVITÀ

**IDEALE
PER LA
VERA PIZZA
ITALIANA**

Cinastdesign.it



General Fruit S.r.l. Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030

info@generalfruit.com - www.generalfruit.com - [f](#) General Fruit Srl - [f](#) Naturera Polot 1882 - [i](#) naturerapolot1882

Healthy Color fa il bis a Roma e vuole conquistare l'Italia

Healty Color, il fast food di **Sfera Ebbasta**, **Andrea Petagna** e (di recente) **Marcelo Burlon**, tra alimentazione sana e rispetto per l'ambiente, fa il bis a Roma e il tris in Italia: dopo la location aperta a Milano prima della pandemia e a Roma qualche mese fa, il fast food di proprietà dell'eterogeneo terzetto vip (cantante, calciatore e stilista) apre la sua seconda sede a Roma in via Gallia 230, zona San Giovanni. Il nuovo locale arriva nella Capitale sull'onda del grande successo del primo store capitolino aperto tra il Rione Prati e le Mura Vaticane. Nei prossimi mesi, inoltre, sono previste molte altre aperture in tutta Italia, con punti vendita a Napoli, Torino, Parma, Milano e in molte altre città. Come per tutti i punti vendita, anche gli interni del nuovo locale



sono firmati dagli degli street artist **Motorefisico**, che con i loro colori e le loro geometrie hanno dato vita a un concept futuristico. Il menu, che propone un'alternativa salutare e colorata al classico fast food, include burger, insalate, wrap, chips di platano e barbabietola e tutta una vasta selezione di dolci e dessert adatti a tutti i palati, anche quelli vegani con la nuova proposta di hamburger **Beyond Meat** partendo proprio dal negozio di via Gallia.



Grugliasco: con Camst il risparmio è servito

Un risparmio del 20% pari a 200 euro per ogni figlio che mangia a scuola: è questo il minore esborso per i genitori dei bambini del **Comune di Grugliasco (TO)** con il nuovo appalto della ristorazione scolastica in carico a **Camst**. Il costo del pasto è infatti passato da 6,80 a 5,50 euro, il che si traduce in un taglio di 1,30 euro medio a pasto, che arriva però al 40% per le fasce Isee più basse. Tra le altre novità previste, la presenza di un responsabile dell'azienda emiliana che espleta il servizio in ogni mensa, che sarà interfaccia immediata per qualsiasi eventuale problema.

PizzAut: una pizza agli hater come "offerta di pace"

Accusati (pazzesco!) di essere degli untori che contagerebbero con l'autismo chi mangia i loro piatti, i ragazzi di **PizzAut** hanno risposto agli hater in maniera esemplare: offrendo loro una pizza in segno di pace. Stavolta i "leoni da tastiera" hanno superato loro stessi: in un post hanno sostenuto che chi è affetto da autismo sarebbe in grado di trasmettere questo "virus" semplicemente lavorando gli alimenti in cucina. Ribadendo che l'autismo non è una malattia contagiosa, i volontari (e pazienti!) ragazzi del progetto di inclusione sociale nato qualche anno fa per iniziativa di Nico Acampora, il padre di uno di loro, hanno offerto una pizza ai loro (ignoranti) detrattori (eufemismo), invitandoli a mangiare una pizza proprio nel loro locale, di recente aperto a Cassina de' Pecchi, con madrina d'eccezione la presidente del Senato, Maria Elisabetta Alberti. La pizzeria è gestita da questi volontari ragazzi con autismo, affetti cioè da disturbi del neurosviluppo con deficit della comunicazione sociale e dell'interazione sociale secondo l'ISS: sostenere che l'autismo sia contagioso o che un soggetto autistico possa modificare geneticamente i cibi con cui viene a contatto è pura fantascienza. Affiancati da volontari, professionisti della ristorazione e della riabilitazione, quando i ragazzi di PizzAut sono stati bloccati dalla pandemia, non si erano scoraggiati, portando in giro per l'Italia, a bordo di un food truck, i loro prodotti: e il loro coraggio e la loro voglia di fare. Già, la loro...





METALTECNICA
Italian catering equipment



Metaltecnica Produzioni Srl
Via Rossini, 26 - 47814 Bellaria-Igea Marina (RN)
metaltecnica.com | Tel: 0541 347852

Metaltecnica in questi anni ha sviluppato un sistema completo di distribuzione pasti con peculiarità uniche sul mercato, divenendo punto di riferimento per mense e strutture ospedaliere in tutto il mondo.

Dai nastri trasportatori ai carrelli termorefrigerati e quelli multiporzione, con varie versioni e soluzioni personalizzate, fino ad elaborare un ultimo prodotto di punta che verrà presentato alla **Fiera Host a Milano in Ottobre 2021**. Metaltecnica è il partner ideale per realizzare grandi progetti di ristorazione professionale per questi tipi di linee.



CONTROLLO DELLA TEMPERATURA

**SMART
HEATER
POLIBOX®**



IDENTIFICAZIONE E TRACCIABILITÀ



**SMART
POLIBOX®
EASY PLUS**



CONSEGNA IN SICUREZZA

Safelivity
Food you can trust



POLIBOX®
www.polibox.com

ALTRE INFO
LE TROVI
QUI >



S.D.S. srl Via Campo dei Fiori, 13 - 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 - Fax (+39) 02 37074208
Email: sds@grupposds.it - www.grupposds.it

ASDS
simplify your work

WHAT IS AVAXHOME?

AVAXHOME-

the biggest Internet portal,
providing you various content:
brand new books, trending movies,
fresh magazines, hot games,
recent software, latest music releases.

Unlimited satisfaction one low price

Cheap constant access to piping hot media

Protect your downloadings from Big brother

Safer, than torrent-trackers

18 years of seamless operation and our users' satisfaction

All languages

Brand new content

One site



AVX LIVE . ICU

AvaxHome - Your End Place

We have everything for all of your needs. Just open <https://avxlive.icu>



Choose

Pick



ristocloud

Enjoy

www.ristocloudgroup.com/cpe



Saracinesca su per la food hall del CC Levante di Livorno



Dopo un anno di lavori, è stata inaugurata la nuova area food del centro commerciale *Parco Levante* di Livorno, denominata "Porto del Gusto".

Il restyling ha portato all'allestimento di 2.000 metri quadrati in più, tra cui due dehor esterni da 150 mq ciascuno, e adesso l'offerta vede la presenza di marchi internazionali della ristorazione, come **Roadhouse**, **Sushiko**, **Caffè Pascucci Ristorazione**, accanto all'offerta a base pokè di **Joylab**, di piadine con **La Pina** e di pizza con l'insegna **Pizza Ganza**.

L'ampliamento ha anche creato 40 nuovi posti di lavoro. Lo spazio esterno si completa con un'area kids, una superficie pronta a ospitare dei food truck più un nuovo ingresso verso la galleria commerciale.

La proprietà del centro, il più importante per la provincia di Livorno, è di Levante srl (partecipata da Unicoop Tirreno e Unicoop Firenze), con la gestione e il leasing affidati a Savills.

CIRFOOD presenta il self service inclusivo di RITA Pieve

Il primo ristorante self service completamente inclusivo realizzato in Italia nasce dall'incontro di **CIRFOOD** con **C.E.R.P.A Onlus**, Centro Europeo di Ricerca e Promozione dell'Accessibilità: si chiama **RITA Pieve** ed è stato realizzato in coerenza con il progetto "B. Diritto alla Bellezza", promosso da *Reggio Emilia Città Senza Barriere*. Il locale si estende su una superficie di oltre 550mq e può ospitare fino a 122 posti a sedere, il tutto nel rispetto delle regole del distanziamento sociale. Inoltre, è presente un dehor esterno. RITA Pieve, che si trova a Reggio Emilia, è parte integrante dell'impegno della coop guidata dalla presidente **Chiara Nasi**, volto a promuovere un vero cambiamento culturale, basato sull'inclusione



sociale, necessario per dar vita a una città veramente sostenibile e vivibile, al servizio dei suoi abitanti. Aperto dal lunedì al venerdì, dalle ore 11.45 alle ore 14.30, l'offerta prevede un servizio self service, un corner pizzeria e il bar. In particolare, il self service agevola il passaggio delle pietanze a diverse altezze, e si somma alla presenza di spazi ampi, mappe tattili per facilitare la comunicazione e la fruizione degli ambienti, un sistema di chiamata all'ingresso (per attendere l'assistenza di un addetto in caso di necessità) e un'area calma all'interno della sala ristoro: qui è richiesto ai clienti di ridurre al minimo i rumori, al fine di preservare il comfort acustico dell'ambiente. Non mancano, infine, stoviglie ergonomiche che favoriscano la fruizione della pausa pranzo di tutti i clienti.



Il Gruppo Capri si dà al food con il format Vàsame

Il **Gruppo Capri** (*Alcott e Gutteridge*), dopo la moda si dà al food: a Viareggio ha alzato la saracinesca a **Vàsame**, un format di pizzeria innovativa di proprietà della *Sirignano Management*, azienda legata al Gruppo che nel fashion retail ha all'attivo oltre 200 store in 6 paesi, con più di 1.600 dipendenti.

Il nuovo locale è sola la prima tappa di uno sviluppo nel mondo del fuoricasa nell'ambito di un progetto di diversificazione del business aziendale: attivo in Toscana con 13 store fashion, con questo nuovo concept il Gruppo Capri intende anche portare una nuova offerta lavorativa sul territorio, utilizzando al contempo fornitori della zona, così da proporre prodotti a Km zero che riflettono la tradizione viareggina che sposa quelli della identità campana, nel Dna del brand Vàsame, che a guidare la cucina vede **Vincenzo Nese**. "Scugnizzo", classe 1995, la sua passione per la sperimentazione inizia da giovanissimo, e l'ha portato negli anni a sviluppare un impasto a lunga lievitazione, da cui nasce una pizza leggera, fragrante, croccante e saporita che delizia il palato, grazie a una serie di accorgimenti particolari.

Poke House sbarca in Sicilia con 2 locali

Sbarco in Sicilia per **Poke House**, che ha aperto due location con offerta di ciotole hawaiane a Catania, all'interno del *Centro Sicilia* gestito da *CBRE Italy*, e a Palermo, all'interno del centro commerciale *Forum* di proprietà di *Multi Italy*. Per entrambi i locali, **Augusto Contract** è stato general contractor, seguendo i cantieri dalla progettazione alle opere edili e impiantistiche, dall'arredamento alle attrezzature.

Lo store di Catania si sviluppa su una superficie di oltre 100 metri quadri, con l'area destinata al servizio affacciata direttamente sulla foodcourt del mall. Poke House a Palermo è invece un chiosco all'interno del nuovo ampliamento della foodcourt dello shopping center del capoluogo della Trinacria.



Burgez sale a 15 e punta a 20 pdv entro la fine del 2021



Inaugurato a Brescia, in piazza del Mercato, un nuovo ristorante **Burgez**: si tratta del 15° pdv del format che ha fatto della comunicazione irriverente e provocatoria il suo mantra. Una opening che mostra la vitalità della proposta food ideata **Simone Ciaruffoli** e **Martina Valentini**. Non a caso in pipeline ci sono altre aperture estive: il 31 luglio a Genova, a Bologna il 7 e a Firenze il 18 agosto. L'obiettivo è arrivare a 20 repliche entro la fine dell'anno.

"L'hamburger di Burgez è il più schifoso": è questo uno degli slogan utilizzati per farsi pubblicità dal marchio, che viaggia sui binari dei tram milanesi. Solo uno degli escamotage pensati dal marketing del brand, per il quale "il cliente non ha sempre ragione: ha ragione quando ce l'ha!".

Milano e Trieste: doppia opening per illycaffè

Doppio colpo di **illycaffè**, per celebrare il post lockdown: l'azienda giuliana fondata nel 1933 oggi presente in 140 paesi dove ogni giorno si bevono 8 milioni di tazzine del suo caffè, ha aperto un punto vendita nella Food Hall della **Rinascente** di Milano, e una seconda location nella città natale, Trieste.

Collocato nello storico nobile **Palazzo Berlam** affacciato sul Canal Grande, questa location si sviluppa su 305 mq articolati fra il piano terra dell'edificio e il dehors. È invece di 80 mq il pdv meneghino. Entrambi i locali esprimono appieno i valori del marchio: Good, Goodness e Beauty. Un trionfo che nel negozio triestino si riflette nell'eleganza del design, nel richiamo all'arte e alla bellezza del mosaico raffigurante il primo marchio illy disegnato nel 1934 dal grafico Xanti Schawinsky; nello chandelier di tazzine firmate dai grandi maestri dell'arte contemporanea; nel recupero dei tratti deco degli arredi d'epoca del bar storico già presente nel palazzo Berlam (l'arco retrobancone ligneo con inglesina, i vetri decorati e il mosaico a specchio, il bancone e le boiserie in legno con maioliche decorate a mano nella seconda metà degli anni Venti). Gli stessi valori li ritroviamo nello store meneghino, dove domina un'atmosfera rilassata, risultato dell'impiego di materiali naturali come il marmo dalle sfumature bianche e grigie del top del bancone, il rovere dei tavolini e delle sedute in legno. Il bancone, l'anima del locale, per celebrare la bella stagione sarà vestito, nella fase di lancio, con colori pop, chicchi di caffè e motivi floreali.



Mense del fiorentino: SIAF cresce e aumenta i pasti

Con il via libera all'ingresso da parte dei comuni mugellani di **Borgo San Lorenzo**, **Dicomano**, **Scaperta** e **San Piero**, e **Vicchio**, che arrivano dopo quelle di **Pontassieve**, **Rufina** e **Pelago**, comuni della Valdisieve, si amplia la compagine sociale della **SIAF**, la società di ristorazione mista a maggioranza pubblica, nata nel 2002 per volontà del **Comune di Bagno a Ripoli**, dell'allora **Azienda Sanitaria Locale 10** di Firenze e di **Gemeaz Cusin Spa**, oggi **Gemeaz Elio SpA**. L'ingresso dei nuovi soci avviene con l'acquisizione da parte di ciascuno di quote pari allo 0.1%, con l'obiettivo condiviso da tutte le amministrazioni di crescere in quota di capitale sociale e essere parte attiva e protagonisti della società. Le quote di SIAF, con i nuovi aderenti, saranno pertanto ripartite come segue: il 52% pubblico, suddiviso tra **Ausl Toscana Centro**, Comune di Bagno a Ripoli e Comuni di Mugello e Valdisieve; il 48% privato, detenuto da Gemeaz Elio SpA. Oltre al fatturato, con l'ingresso dei nuovi soci, aumenterà la fornitura dei

pasti nel settore della refezione scolastica: dagli attuali 245 mila circa l'anno si salirà a oltre 1 milione allorché, progressivamente, alla scadenza dei precedenti contratti, i nuovi aderenti useranno SIAF come fornitore per la mensa quotidiana dei loro alunni.

Allo stesso tempo, la società potrà veder aumentare anche il proprio patrimonio immobiliare, con il conferimento e/o l'impiego di cucine e attrezzature di proprietà dei nuovi comuni aderenti, oltre all'ampliamento e alla ristrutturazione della cucina presente a Bagno a Ripoli.

Oltre al servizio di refezione scolastica, SIAF si occupa anche del servizio di ristorazione delle strutture ospedaliere dell'Azienda Usl Toscana Centro presso gli ospedali *Santa Maria Annunziata* a Ponte a Niccheri, *Torregalli*, *Santa Maria Nuova*, *Serristori* e l'*Ospedale del Mugello*, degli alberghi sanitari e di alcune residenze sanitarie dell'area fiorentina. La società si occupa inoltre di ristorazione privata e pubblica in ambito socio-sanitario e aziendale.

Con Sodexo, Orogel e Nic, l'orto è nel piatto



Sodexo Italia lancia l'iniziativa "L'Orto nel Piatto" in collaborazione **Orogel** e **Nic**, la Nazionale italiana cuochi. Un progetto che vuole proporre soluzioni alimentari di qualità e sostenibili, basate

sulla valorizzazione delle verdure da filiera italiana, e che si articolerà in una serie di menu a tema, proposti in giornate dedicate e accompagnati da materiale informativo adatto alle varie tipologie di consumatori destinatari del progetto.

"L'Orto nel Piatto" si rivolge infatti ai commensali di refettori, ristoranti e bar di scuole, aziende, ospedali e strutture per anziani dove Sodexo Italia gestisce il servizio di ristorazione, raggiungendo così circa 27mila tra bambini e insegnanti, 22mila lavoratori e 2mila tra operatori sanitari, medici, pazienti e ospiti di Rsa e case di riposo, per un totale di circa 50mila famiglie. I menu tematici, elaborati dagli esperti di nutrizione della *Food Intelligence* dell'azienda di ristorazione, si ispirano a importanti trend del mondo food, con proposte plant-based, sostenibili, ma anche etniche, e prevedono l'adozione di buone pratiche di consumo contro lo spreco alimentare. Un'attenzione particolare è dedicata anche all'aspetto informativo, formativo ed educativo, sia per i commensali che per i cuochi Sodexo, che hanno partecipato a sessioni formative dedicate. La composizione, gli ingredienti e i benefici di ogni menu sono infatti illustrati attraverso ricettari, locandine, e cartoline, materiale declinato nel design e nel linguaggio per ogni tipologia di commensale. L'iniziativa prevede inoltre la diffusione di cinque video pillole contenenti consigli su ricette, tecniche di cucina, gusto e gastronomia, a cura degli chef **Gaetano Ragunì** (Orogel), **Debora Fantini** (Nic) e **Roberta Delmiglio** (nutrizionista della Food Intelligence di Sodexo).

A Gaeta c'è Gate A, "punto di imbarco" per shopping e f&b

Inaugurato a Gaeta un nuovo polo commerciale ricavato da un intervento di ristrutturazione industriale: collocato in zona Lungomare Caboto, **Gate A** è una struttura imponente, disposta su due piani, con oltre 8mila metri quadrati complessivi di cui circa 4mila di superficie commerciale. Ospita un supermercato **Conad**, cui sono annessi il ristorante **Waves Food&Drinks**, il pub **Old Wild West** e il negozio di abbigliamento **Be Store**. Circa 120 gli addetti che il centro impiegherà, tutti di nuova assunzione.

Pensato come polo di "attracco alla città", da cui il nome Gate A, ne riqualifica l'ingresso sud. Ai 1.800 metri e 60 addetti del supermercato Conad, si aggiungono i 10 di Waves Food&Drinks, locale che ha uno spazio di somministrazione di 600 metri quadrati distribuiti su due livelli. Sono circa 30 invece gli addetti per Old Wild West, che occupa 400 metri quadrati per la somministrazione.



Partecipa anche tu!

Aperte le iscrizioni
alla **quarta** edizione
del Foodservice
Award Italy!



I protagonisti delle scorse edizioni

100 Montaditos - 101CAFFE' - 120z Coffee Joint - AL BACIOhealthy Tasty Italian - Alice Pizza- America Graffiti - Ammu Cannoli - Arnold Coffee Baccanale - Bacio Nero - Bar Peroni - Beercode IKitchen & Bar - BEFeD - Benvenuto Family Restaurant - BERNARD - Berry & Coffee - Bistrot - Bobble Bobble - Botega Caffè Cacao - Bottega Portici - Briciole - Briscola Pizza Society - Burger King - C. Coffee Lovers - Ca' Puccino - Caffè Napoli - Caffè Pascucci Shop - Caffè Vergnano - CapatoastToasteria - Chef Store - Chicco-tosto - Cioccolatitaliani - CremAmore - Crois' - Culto Caffè e Cioccolato - Da 30 Polenta - Dall'1945 Sano e Delizioso - Dispensa Emilia - Don Nino - Doppio Malto - Eccellenze Campane - EXKItalia - Fatto Bene - Fattorie Garofalo Mozzarella Bistrot - Flower Burger - Foodie's by tramezzino.it - Fratelli la Bufala - FRESCO pizzeria trattoria - Fry Chicken - Fud Bottega Sicula - GianGusto - Giappo - Gourme & Wine The Perfect Match - Ham Holy Burger - HAMERICA'S - HOMEBURGER - I dolci di Nonna Vincenza - I Love Poke - IKEA - 11 Forno di Cibiarno - 11 Wok - illy CAFFE' - InAmore - JohnnyTake Ue' - Juice Bar - KALAMARO PIADINARO - KFC ItaliaKITCHEN ICE - La bottega del Caffè - La Ghiotta Italian restaurant & coffee - La Piadinaria - LaYogurteria - Leo Italiano - Let's Wok - Lindt - Löwengrube - Macha Cafe - Magnum Pleasure Store - Mama Burger - Mexicali - miscusi - Mr. Panino - Muu Mozzarella Lounge - Natoo I Healthy all the way - Old Wild West - Oltre Gusto - Pan Brioche - Pandenus - Panella - PANINI DURINI - Pans& Company Italia - Paolino l'arte dello Spiedo - Pescaria - PIE- Pizza Italiana Espresso- PizziKotto - PIZZIUUM - Polio & Friends - Polpa BurgerTrattoria - Porchetteria Mancini - Portello Caffè - Puro Gusto - Queen's Chips Amsterdam - Quore Italiano - RINALDINI - Ristop - Rosso Intenso - ROSSO- POMODORO - ROSSOSAPORE - Rustichelli & Mangione - Scuderia Future Food Urban Coolab - shi'S - Signorvino - Solo Birre Artigianali - Spontini - Toasteria Italiana - Trarne - Trattoria Solidale - Universo Vegano - Vero - viaval - Virgin Active Cafe - Viva - Vyta Santa Margherita - wagamama - We Love Puro - Welldone Lifestyle Kitchen - White Bakery - Wiener Haus - Yogorino - YoYogurt

*Concorso aperto a tutte le catene di ristorazione
che operano in Italia con almeno 3 punti vendita.
Info e regolamento su www.foodserviceaward.it

Cosa
aspetti
ad
iscriverti?



Associazioni partner

AIGRIM
Associazione Imprese
Grafiche e Informatiche
Multimediali



FEDERFRANCHISING
FEDERAZIONE
ITALIANA
FRANCHISING



Promosso da

retail food
Ristorando



www.foodserviceaward.it

Disoccupazione e inflazione **incombono sulla ripresa**

L In estate sulle coste della Cornovaglia spira spesso una brezza pungente. Sarà per questo che, quando l'11 giugno, i leader del G-7, dopo lo stop imposto dalla pandemia, si sono ritrovati per la prima volta faccia a faccia a Carbis bay – una suggestiva località della costa britannica – si è subito creata un'atmosfera vivace e dinamica. Molto diversa da quella, compassata e un po' soporifera, di tanti incontri del passato.

Le vicende successive non hanno corrisposto in pieno alle attese di quei giorni. Tuttavia il documento varato al termine del summit in Cornovaglia resta un testo significativo perché riflette il clima di costruttivo ottimismo che si è diffuso nel mondo occidentale, consapevole – pur dopo tanti lutti, errori e ritardi – di aver saputo reggere la sfida del Covid-19 ed essere ora pronto a: “un'azione globale per ricostruire meglio”. Anche con la ricerca di un impegno comune: “con i partner del G20 e con le organizzazioni internazionali pertinenti”, inclusa quindi la Cina.

Al di là delle crescenti tensioni di questa fase delle relazioni internazionali, emerge la consapevolezza che, per sconfiggere la pandemia, sarà necessaria una “cooperazione competitiva” fra i Paesi economicamente avanzati per vaccinare non solo i propri cittadini ma il mondo intero. Ciò comporta la produzione di miliardi di dosi, da regalare o da cedere a prezzo di costo: si riuscirà a centrare un simile obiettivo e con quali riflessi per l'economia e la geo-politica?

Questo interrogativo, è in attesa di una risposta; per ora, comunque, lo scenario produttivo dà segnali di tenuta e, in molte aree, di decisa ripresa.

Restano, a oscurare l'orizzonte globale, due dati critici: le devastanti conseguenze sociali della pandemia e le ricorrenti pressioni inflazionistiche.

Il Covid ha dato un potente impulso all'espansione nel globo della povertà assoluta. Questa orribile piaga era stata in costante arretramento dal 1990 sino ai primi anni del nuovo secolo; con il Covid-19 essa è tornata a crescere: secondo la Banca Mondiale a fine 2021 vi saranno oltre 150 milioni di “poveri assoluti” in tutto il pianeta, specie nell'Africa subsahariana e nell'America centro-meridionale.

Ma la pandemia è stata devastante anche per l'andamento dell'occupazione.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro stima che durante l'ultimo lockdown sia stato perso oltre il 15% delle ore di lavoro a livello globale, pari a oltre 500 milioni di posti di lavoro. Vi è stato inoltre un impatto sulla produttività: essa, data dalla differenza tra la crescita reale del PIL e le ore lavorative effettive, registra in apparenza un incremento. Ma, con il ritorno a livelli di lavoro più normali, questa tendenza si invertirà; l'occupazione quindi si troverà, nel prossimo futuro, davanti a due sfide difficili: aumentare in cifra assoluta e, al tempo stesso, essere maggiormente produttiva.

Quanto al secondo aspetto prevale fra gli economisti (Rony Hamaui, Il Sole-24 Ore, 15 giugno) la convinzione che non vi sarà una esplosione dell'inflazione; è, dicono, improbabile che il suo tasso di aumento torni alle due cifre come avvenne disastrosamente negli anni Settanta dell'altro secolo; ma a questo indice sarà comunque necessario prestare attenzione.

La Federal Reserve Usa e il Fondo monetario sostengono che gli aumenti dei prezzi che oggi si registrano per alcune materie prime e per beni intermedi (come, per esempio, i semiconduttori e i pannelli solari) sono derivanti da “colli di bottiglia” che la pandemia ha creato nel ciclo produttivo. Man mano che essa si ridurrà sarebbero perciò destinati a finire.

Si tratta di un'ipotesi sicuramente plausibile; sta di fatto, che i dati degli ultimi mesi sono consistenti: non tanto in Europa ma negli Stati Uniti, dove a maggio si è registrato un +5% rispetto allo stesso mese dello scorso anno, e, soprattutto, in Cina. Qui, sempre maggio 2021 sul 2020, l'aumento del tasso d'inflazione è stato del +9% dopo che in aprile si era registrato un +6,8 per cento: il livello più alto dal 2008. Siamo perciò di fronte a un'accelerazione marcata che ha indotto la Banca centrale a consentire l'aumento del cambio del renminbi. Una moneta nazionale più forte garantisce infatti maggiore competitività nell'acquisto delle materie prime importate. Il rischio è perciò, come rileva Filippo Santelli (La Repubblica, 14 giugno) che il Dragone esporti, insieme alle sue merci, anche inflazione in un'economia globale che, per suo conto, già presenta segnali di surriscaldamento.

Non è poi da sottovalutare l'osservazione avanzata da altri studiosi come Tommaso Monacelli ("La Voce", 18 giugno): l'inflazione, come gli aerei, è alimentata da due motori. Il primo riflette le pressioni sui costi delle imprese ma c'è anche quello generato dalle aspettative: ed è proprio questo secondo aspetto che, nei prossimi mesi, potrebbe giocare un ruolo rilevante e porre problemi spinosi sia alla Fed sia alla Bce.

Se le aspettative di un rialzo dei prezzi dei beni intermedi dovessero autoalimentare la pressione inflazionistica, per le banche centrali diventerebbe difficile impedire un sia pur limitato rialzo dei tassi. Con un freno a produzione e consumi che, dopo la gelata della pandemia, cercano di tornare a livelli più soddisfacenti.

Al riguardo i dati sono confortanti anche per quanto riguarda l'Italia. Nel dicembre 2020 il nostro Paese accusava, in termini di prodotto lordo, una perdita del 12% rispetto al livello del 2007. E, con la Grecia, occupava le ultime posizioni della zona Euro, dietro gli altri Stati membri che avevano tutti recuperato i risultati precedenti al decennio di crisi finanziaria.

Oggi l'Europa, grazie alle politiche espansive adottate dalla U.E. e al buon andamento della vaccinazione di massa, ha contenuto gli effetti recessivi, comunque pesanti, della pandemia; conta, a fine anno, di segnare un +4,2% di crescita del suo Pil. E l'Italia, questa volta, è in linea con il dato dell'Unione; secondo le ultime proiezioni della Banca d'Italia (11 giugno) il nostro Paese coglierebbe anzi, dopo molto tempo, risultati superiori (+4,9%) alla media U.E.

Si tratta di una valutazione che tiene conto della spinta dei provvedimenti nazionali ed europei (prima di tutto con l'avvio del Piano di Ripresa e Resilienza) e delle ricadute positive causate dai maggiori spazi che il miglioramento della situazione sanitaria apre per i settori (ristorazione, alberghiero, turismo) sinora più danneggiati dalla pandemia.

Dopo due anni durissimi l'Italia si avvia perciò all'appuntamento con l'autunno in un contesto più sereno. Sarebbe sbagliato però perdere di vista quello a cui più sopra si accennava per il lavoro e per l'inflazione (che si riflette subito sul costo del denaro).

Sono due nubi che, proprio su un Paese come il nostro, potrebbero scatenare le tempeste più disastrose. Godiamoci insomma l'estate, ma teniamo pronti gli ombrelli.

Antonio Duva

***BIO *KM ZERO *DOP**

È SOSTENIBILE

conforme ai Criteri Minimi Ambientali
della Ristorazione collettiva

* nel rispetto del D.M. n. 65/2020



È FLESSIBILE

ORDINI dallo smartphone,
RITIRI nei PUNTI DELIVERY e
GUSTI il tuo pranzo quando vuoi!



SOLUZIONI INFORMATICHE
PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

ABBIAMO A ♥ LA VOSTRA SODDISFAZIONE

**sviluppo software e personalizzazioni,
assistenza, formazione e avviamento, consulenza**

www.axiosinformatica.it



**PRANDIUM è web responsive
compatibile con ogni device**

Dal food alle facilities



Il giro d'affari del facility management in Italia si stima valga 60 miliardi di euro. Ecco perché gran parte delle società di ristorazione sta affinando la propria offerta di servizi non food

di A. A.

All'interno di un mercato che, negli ultimi anni, sta richiedendo sempre maggiori livelli di flessibilità e innovazione, le aziende si trovano di fronte all'esigenza di cambiare approccio alla gestione dei processi aziendali. E così il facility management è chiamato a sostenere il passo con i processi di innovazione dell'impresa. Se un tempo questa disciplina di scuola anglosassone poteva essere considerata semplicemente un modo per gestire manutenzioni e servizi aziendali, oggi la gestione delle facilities può e deve fare affidamento, sui moderni strumenti di digitalizzazione, ripensando i modelli di business aziendali, assicurando la massima competitività e arrivando, nei limiti del possibile, anche ad anticipare i trend del momento. È

in uno scenario come questo che anche le grandi SRC che operano sul mercato nazionale, si stanno attrezzando, chi più chi meno, per offrire in sinergia con la ristorazione una serie di servizi non core ad aziende private ed enti pubblici. Ed è in un contesto come questo che la pandemia da covid-19 ha fatto irruzione accelerando la domanda di servizi come le pulizie ma soprattutto le sanificazioni che molte società di ristorazione hanno intercettato e gestito con slancio e professionalità. Per saperne di più abbiamo chiesto a 5 SRC di raccontarci come sono strutturate per la presa in carico di attività non food e quanto sia strategico attrezzarsi in questo senso in prospettiva futura. Ecco le risposte.

DOMANDE

1 - Come si articola la vostra offerta di Facility Services?

2 - Qual è stato l'impatto generato dell'emergenza

sanitaria sull'attività legata a pulizie e sanificazioni?

3 - Quali sono i vostri obiettivi di crescita nell'ambito del facility management?

4 - Descrivete, in breve, una partnership di successo

CAMST GROUP

Giro d'affari servizi non food (euro): **60 mln (2020)**
 Servizi non food sul totale: **8%**
 Numero addetti servizi non food: **1.500**
 Giro d'affari pulizie e sanificazione ambientale (euro): **30 mln**
 Giro d'affari Servizi generali per le imprese (euro): **2,45 mln**
 Giro d'affari Facility management di trasporto e logistica (euro): **0,2 mln**
 Giro d'affari manutenzione di impianti tecnici e non (euro): **30 mln**
 Giro d'affari noleggio/lavanderia (euro): **0,5 mln**

DUSSMANN SERVICES

Giro d'affari servizi non food (euro):
379 mln (2019)
 Servizi non food sul totale: **64%**
 Numero addetti servizi non food: **12.227**
 Giro d'affari pulizie e sanificazione ambientale (euro): **291 mln**
 Giro d'affari Servizi generali per le imprese (euro): **38 mln**
 Giro d'affari Facility management di trasporto e logistica (euro): **22 mln**
 Giro d'affari servizi di sicurezza e manutenzione di impianti tecnici e non (euro): **28 mln**

ELIOR ITALIA

Giro d'affari servizi non food (euro): **11.9 mln (2018-19 periodo pre-Covid-19)**
 Servizi non food sul totale: **2,9%**
(dato che esclude le società Hospes e Itinere)

MARKAS

Giro d'affari servizi non food (euro): **146.5 mln (anno 2020)**
 Servizi non food sul totale: **75% (anno 2020)**
 Numero addetti servizi non food: **4.671 (aprile 2021)**

SODEXO ITALIA

Giro d'affari servizi non food (euro): **104 mln (al 31/8/2020)**
 Servizi non food sul totale: **31% (al 31/8/20)**
 Numero addetti servizi non food: **2.485 (al 31/8/20)**

PAROLA DI...

LUCA SENSINI

DIRETTORE DELLA DIVISIONE FACILITY SERVICES DI CAMST



1

Il settore dei Facility Services di Camst comprende una grande varietà di servizi offerti che si dividono in attività soft (cleaning, gestione del verde, facchinaggio, gestione degli infestanti, portierato, reception, ecc.) e hard services (servizi a supporto della produzione delle aziende, in particolare del settore alimentare e farmaceutico) con attività anche nelle aree a con-

taminazione controllata (EMS), dove Camst interviene sui misuratori di particelle e sulla taratura degli strumenti con l'utilizzo di reference. Nel campo dei servizi soft Camst realizza metà del proprio fatturato nel comparto pubblico, e l'altra metà nel settore privato. Camst è attenta anche allo sviluppo della specializzazione e dell'innovazione. Oltre all'area EMS, (Monitoraggio Ambienti a Contaminazione controllata), implementata agli inizi del 2020 e con ottimi risultati in termini di performance e di cross selling, Camst sta sviluppando un progetto per l'ingegneria di manutenzione a servizio di grandi complessi industriali, sanitari, direzionali, basato su processi e metodologie predittive, con l'aiuto di una piattaforma innovativa che supporta sensoristiche di Vibrazione, Temperatura ed altri Parametri, che vengono analizzati e messi a sistema in ottica di miglioramento continuo e riduzione dei fermi macchina.

La strategia di Camst è indirizzata ad alzare continuamente il livello tecnico/qualitativo delle proprie attività, ampliando i settori e gli ambiti di intervento e puntando a segmenti ad alto valore aggiunto e contenuto tecnologico.

2

La pandemia ha avuto un effetto positivo in ambito soft, dove si è registrato un notevole incremento di sanificazioni e disinfezioni; i clienti sono sempre più attenti alle norme igieniche e hanno introdotto passaggi di pulizia e sanificazione aggiuntivi rispetto al passato.

Anche la parte tech ha registrato effetti positivi, in particolare nell'attività di disinfezione di filtri e canalizzazioni negli impianti aerulici e revamping di impianti tecnologici.

È innegabile che per i facility services il covid abbia contribuito a aumentare la domanda rispetto ad alcuni servizi e attività.

L'attenzione sulle sanificazioni è ad oggi molto alta ed è destinata a rimanere elevata nel breve-medio periodo. Per alcune interventi (area soft), per i quali vengono rilasciate certificazioni di processo, abbiamo utilizzato la nostra expertise maturata in ambito farmaceutico dall'area EMS-Tech, (Monitoraggio Am-

bienti a contaminazione Controllata), per convalidare sul campo processi, sistemi e macchine, al fine di ottenere e certificare il risultato migliore alla fine dei processi, compreso il rilascio in sicurezza, degli ambienti trattati con agenti sanificanti quali Ozono e VHP - Perossido di Idrogeno, alla fine delle attività.

3

L'obiettivo della Divisione Facility Services di Camst è quello di raddoppiare il fatturato 2020 in 5 anni, raggiungendo un volume di produzione di 120 milioni, grazie alla crescita sia per linee interne che per linee esterne, in aree strategiche quali Nord Ovest (base Milano) – Nord Est e Centro-Sud (base Roma). Quest'anno prevediamo di raggiungere un valore di produzione vicino ai 70 milioni.

4

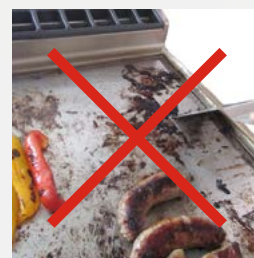
Camst gestisce per GSK (GlaxoSmithKline - multinazionale farmaceutica angloamericana), un contratto di Global Service per assicurare i seguenti servizi: Soft Services (cleaning di aree generali ed aree farmaceutiche classificate, ristorazione aziendale, facchinaggio, lavanoio indumenti da lavoro, gestione aree verdi, gestione servizi generali, ecc).

Hard Services al tech (manutenzione impianti elettrici, meccanici, speciali, convalide, calibrazioni, ed altre attività gestite dall'area EMS), oltre a progetti di revamping e costruzioni impiantistiche a capital. Si tratta di una partnership importante che ben rappresenta la capacità di Camst di assicurare ai propri clienti servizi integrati anche ad elevato contenuto tecnologico in ottica di Global Services.



superchrome

FRYTOP EXCELLENT COOKING!



SUPERCHROME è un sistema di cromatura, brevettato da Lotus, che rappresenta la soluzione più efficace di placcatura per Fry Top. La piastra risulta, alla vista, cromata con finitura opaca e le prestazioni superano tutti i normali limiti dei fry top cromati: migliore usabilità, durata, taglio, pulizia e controllo del calore all'interno delle nervature. Mantiene una perfetta lavorabilità sia su superfici lisce che rigate, come se fosse acciaio composto e ha ottenuto l'esclusiva Certificazione MOCA Food Safe. **SUPERCHROME** rispetto all'acciaio satinato è più facile e veloce da pulire durante il servizio, quindi niente più macchie nere, nessuna ossidazione, superficie antiaderente. **SUPERCHROME** è meglio del cromato: la superficie antiraffio consente all'operatore di tagliare direttamente sul piano di cottura senza il rischio di graffiare la placcatura. Infine **SUPERCHROME** rispetto al composto è più conveniente, richiede minor investimento, mentre lo spessore della lastra consente una migliore uniformità di cottura ed è quindi più veloce nel lavoro.

PER VEDERE IL VIDEO
O RICEVERE INFORMAZIONI



ITALIAN CULINARY ART



BUY LOTUS
BUY ITALY

PAROLA DI...
GRAZIANO SANNA
CONSIGLIERE DELEGATO CUSTOMER CARE DUSSMANN SERVICES



1 Dussmann Service Italia appartiene al Dussmann Group e può vantare un'offerta di oltre 70 servizi integrati, il cui punto di forza è un'impareggiabile sinergia interna. Da oltre 50 anni l'azienda è partner per l'erogazione di servizi integrati quali: ristorazione, sanificazione, manutenzione, facility management, sterilizzazione di strumentario chirurgico e secu-

rità. I clienti a cui ci rivolgiamo sono principalmente ospedali e case di cura, scuole, trasporti, industria e terziario, forze armate. Il focus aziendale è tanto sul mantenimento di standard elevati quanto sull'innovazione, grazie alla costante introduzione di processi sempre più efficienti e vantaggiosi per i nostri clienti. La flessibilità garantita dalla solida infrastruttura aziendale garantisce inoltre una filiera decisionale breve, fattore che porta ad una sostanziale riduzione dei tempi di reazione ai problemi e alle richieste dell'utenza.

2

Per i settori Cleaning e Maintenance la pandemia ha consentito di evidenziare la nostra flessibilità e capacità tecnica, consentendoci di rafforzare la partnership con i nostri principali clienti e, in alcuni casi, ampliare i rapporti aumentando il pacchetto dei servizi offerti. L'emergenza sanitaria ha visto aumentare la richiesta di esternalizzazione e di servizi altamente specializzati. Ci siamo trovati a dover ripensare alla nostra organizzazione in un'ottica di salvaguardia assoluta della salute dei nostri operatori e degli utenti che utilizzano gli spazi dei nostri clienti. Per quanto riguarda le attività di sanificazione e disinfezione, abbiamo messo a punto un protocollo recepito all'interno del nostro Sistema Aziendale di Qualità, validato dall'ente CertiQuality S.r.l. Nella fase iniziale della pandemia abbiamo collaborato con i nostri clienti per inserire all'interno delle procedure routinarie e dei capitolati, processi operativi e attività programmate che potessero garantire elevati standard di sicurezza, preservando l'economicità. Le procedure che compongono il protocollo operativo elaborato da Dussmann Service si differenziano per ciascun cliente, secondo le proprie esigenze e la composizione degli ambienti, con particolare attenzione a tutti gli spazi ad alta frequentazione, quali ad esempio uffici e servizi igienici, e ai maggiori punti di contatto, ovvero maniglie, interruttori, telefoni e rubinetti. A questo, si aggiunge un servizio di trattamento dell'aria al fine di garantire la salubrità degli ambienti erogato dalla Gaetano Paolin SpA che dal 2018 fa parte del nostro gruppo in Italia.

3

La diversificazione dei nostri servizi è stata avviata nel 1985, quando da azienda di sanificazione siamo entrati nel mondo della ristorazione e – nel corso degli anni – anche in quello della sicurezza, dei servizi tecnici soft e della sterilizzazione dei ferri chirurgici. La recente operazione di fusione per incorporazione della Gaetano Paolin in Dussmann ci consentirà di porci come interlocutore unico nel complesso mondo dei servizi agli immobili e alle persone. D'altro canto il mercato ci sembra andare in questa direzione: i dati di settore stimano un mercato potenziale di circa 60 miliardi di euro per un totale di 1 milione di addetti ma se guardiamo i dati CRESME 2019 il fatturato effettivo del Facility Management si aggira intorno 21 miliardi di euro per una platea che complessivamente raccoglie 530.000 addetti di società generalmente specializzate nei settori cleaning e multiservizi. Il nostro sforzo per aggredire questo mercato è totale: offriamo percorsi di crescita e formazione delle nostre maestranze che saranno motivate a guardare l'offerta Dussmann in una prospettiva sempre più integrata, da facility manager. Dussmann, in seguito a questa fusione, raggiungerà un fatturato di 600 milioni di euro nel 2021 collocandosi nel gruppo ristretto dei maggiori fornitori di Integrated Facility Management Services in Italia.

4

TIM è un cliente storico per il quale abbiamo sempre svolto servizi tecnici negli edifici industriali e nelle SRB tramite la nostra associata Gaetano Paolin. A seguito dell'acquisizione e dell'iscrizione all'interno degli Albi Fornitori TIM anche per i servizi Soft, abbiamo partecipato alla gara nazionale "per la fornitura di servizi facility e di manutenzione di immobili ad uso ufficio, promiscuo o commerciale", vincendo il lotto "Nord-Est" ed è quindi entrato nel portafoglio Dussmann dal 2020. L'integrazione dei servizi di pulizia, manutenzione, pulizie industriali e gestione del verde garantisce al nostro cliente la possibilità di mantenere un uniforme ed elevato standard di qualità, contenendo i costi e facilitando il controllo di temi fondamentali quali sicurezza e sostenibilità.



UN NUOVO IMPERDIBILE

APPUNTAMENTO TARGATO:

Ristorando **retail** TRAVEL RETAIL
SE APPROPRIATE **&food**

In collaborazione con:

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

Sponsor



WEBINAR
GRATUITO

Tavola rotonda
Come cambierà
la ristorazione
senza l'uso
della plastica?

7 SETTEMBRE 2021

15.00|17.30

CONDUCONO

Francesco Bertolini - **Università Bocconi**

Corrado Giannone - *Tecnologo alimentare, collaboratore di Ristorando*

INTERVENGONO

Luciano Piergiovanni - *Professore Ordinario Scienze e Tecnologie alimentari*
Università degli Studi di Milano

Giovanni Varoli - *CEO General Beverage*

Andrea Distefano - *Responsabile progetti speciali Novamont*

Francesco de Leonardis - *Studio legale DLS*

Giorgio Zampetti - *Direttore generale Legambiente*

Andrea Cimarra - *Purchasing Manager Indirect M&S CIRFOOD*

Sergio Castellano - *Direttore Ufficio Qualità Chef Express*

per informazioni e iscrizioni:
www.ristorando.eu - redazione.ristorando@edifis.it

PAROLA DI...
STEFANO BARASSI
COO, HEAD OF EDUCATION STREAM ELIOR ITALIA



1 Elixir opera nel settore della pulizia e sanificazione attraverso una divisione dedicata, Elixir Servizi, che ci consente di mettere a disposizione dei nostri clienti competenze specifiche in questo ambito che, in particolare nell'ultimo anno, ha visto crescere la propria importanza sia nei contesti dove la sanificazione già giocava un ruolo cruciale, come ad esempio quello sanitario, come in nuovi settori come quello delle aziende, delle scuole dove è nata l'esigenza di nuovi protocolli di pulizia e sanificazione

2 La pandemia ha senza dubbio innalzato l'attenzione verso questa tipologia di servizi, soprattutto in settori di business nuovi dove prima questi erano tradizionalmente meno richiesti. Voglio ricordare che per la tipologia di attività che svolgiamo, la ristorazione, in azienda abbiamo già una cultura della prevenzione del rischio e della gestione delle tematiche legate alla sanificazione molto sviluppata, dunque siamo nelle condizioni ottimali per garantire ai nostri clienti l'eccellenza anche in questo ambito sia mettendo in atto delle procedure ad hoc che adottando nuove tecnologie. Questo ci ha consentito di rispondere alle esigenze dei nostri clienti, che hanno potuto avvalersi del nostro personale qualificato anche in questo specifico segmento di attività. In particolare, abbiamo rafforzato e previsto con maggiore frequenza non solo la detergenza di tutte le superfici orizzontali e verticali e delle attrezzature, ma soprattutto inserito precisi protocolli di sanificazione con l'impiego massiccio di presidi medici chirurgici. Grazie all'esperienza nel settore ospedaliero, siamo in grado di eseguire un ciclo completo di abbattimento della carica batterica e dei virus mediante disinfezioni efficaci, unite a macchinari di ultima generazione dedicati alla disinfezione. Nello specifico utilizziamo nebulizzatori a perossido di idrogeno, ideali per gli ambienti a rischio di contaminazione microbica e atomizzatori elettrostatici per le attività giornaliere.

3 Elixir servizi nasce principalmente per offrire servizi innovativi nell'ambito del Cleaning e del Facility a clienti in portafoglio. L'esperienza maturata in questi anni ci ha permesso di sviluppare progetti concreti e su misura per tutte le esigenze del mercato sanitario, scolastico e aziendale. Da oltre 20 anni supportiamo i nostri clienti nelle loro problematiche di igiene e sicurezza sanitaria, nelle aree di vendita, nei luoghi culturali e di svago, hotel e residenze, uffici amministrativi e ambienti industriali sensibili. Per il futuro abbiamo aggiunto servizi di accoglienza, di gestione della corrispondenza, manutenzione degli spazi verdi, logistica e piccola manutenzione.

4 Significativa per Elixir Servizi è stata l'esperienza maturata affiancando le strutture pubbliche dell'ASL Cuneo 1 (Comuni di Fossano, Saluzzo, Savigliano) e di Codogno (Provincia di Lodi, epicentro dell'area pandemica) nel realizzare gli hub vaccinali, fornendo un importante supporto operativo nelle procedure di pulizia e sanificazione delle intere strutture.

Gli interventi affidati a Elixir Servizi vengono eseguiti giornalmente da personale specializzato e opportunamente formato per fronteggiare l'emergenza, dotato di attrezzature specifiche per la nebulizzazione con perossido di idrogeno. Siamo felici di dare il nostro contributo, in termini di expertise in quella che rappresenta la sfida principale del Paese e stiamo dando il massimo dell'impegno per garantire che gli spazi siano perfetti, con grande spirito di responsabilità.



PAROLA DI...
CLAUDIA FLAIM
DIRETTORE COMMERCIALE MARKAS



1 Come azienda multiservizi, la nostra mission consiste nell'offrire a ospedali, case di riposo, scuole e università – ma anche altre strutture compresi uffici e hotel – un pacchetto di servizi in grado di soddisfare a 360° le loro necessità. Oltre ai servizi Clean e Food, che rappresentano le colonne portanti del Gruppo, negli anni ci

siamo specializzati per proporre ai nostri clienti soluzioni complete e integrate alle loro strutture: dai servizi Logistics & Care dedicati alla logistica intraospedaliera e all'assistenza del paziente, a tutti i servizi Facility per la manutenzione delle strutture, fino ai servizi Housekeeping dedicati dell'hotellerie.

2 Oltre 200 referenze dei clienti Markas sono ospedali, case di riposo e strutture in ambito sanitario. Con l'avvento della pandemia ovviamente le loro esigenze sono mutate in modo repentino e noi di Markas siamo stati al loro fianco per garantire il massimo supporto. Davanti alla domanda in forte crescita di servizi di sanificazione e logistica interna ospedaliera, abbiamo potenziato la nostra offerta e messo in atto tutte le misure necessarie per garantire la continuità del lavoro, anche in condizioni spesso difficili. Grazie alla nostra expertise trentennale nell'ambito della disinfezione sanitaria, siamo stati tra i primi a offrire un pacchetto di servizi di disinfezione altamente professionali che comprendesse l'utilizzo di perossido di idrogeno e deter-disinfettanti in conformità con le direttive ministeriali. Abbiamo snellito i nostri processi di vendita e messo a disposizione il pacchetto a tutte le strutture che ne avessero bisogno, compresi supermercati, negozi e ristoranti.

3 La strategia di Markas è quella di seguire un percorso di crescita sostenibile per tutte le nostre divisioni e diventare

un partner in grado di prendersi cura delle esigenze dei clienti a tutto tondo. Il nostro obiettivo è quello di offrire ai clienti la possibilità di avere un unico interlocutore specializzato per tutte le esigenze e concentrarsi pienamente sul loro business.

4 Markas ha progettato per Ferrarelle un servizio di pulizia e sanificazione su misura, adattandolo a ogni diversa area del loro stabilimento di imbottigliamento. La nostra priorità, oltre a soddisfare le esigenze dei clienti, è la qualità dei servizi.

Grazie a un sistema attivo che comprende oltre 16.500 controlli ogni anno, possiamo garantire sempre i più alti standard di igiene e sicurezza. Un obiettivo in comune



con il nostro partner: "Qualità, sicurezza e salvaguardia ambientale sono per Ferrarelle SpA elementi imprescindibili, per questo per la sanificazione nel nostro stabilimento cumano abbiamo scelto di affidarci a Markas, il cui servizio ci permette di ottenere e superare gli altissimi standard di igiene previsti a tutela dei nostri consumatori – commenta Marcelo Astrini, direttore dello Stabilimento di Darfo Boario Terme -. Le nostre acque minerali, infatti, sono uniche e speciali, monitorate costantemente grazie ai 615 controlli di qualità giornalieri e garantite dalle numerose certificazioni di sicurezza alimentare e di prodotto che vengono aggiornate e rinnovate ogni anno".

omnibus

Soluzioni per i Servizi Scolastici

In corsa verso un futuro sereno



Omnibus, il software per la refezione scolastica davvero speciale

Omnibus è la nuova soluzione per la gestione dei Servizi a Domanda Individuale, risultato della convergenza di sviluppo Progetti e Soluzioni e Acme Italia.

Sviluppato con tecnologie d'avanguardia e secondo il Framework Scrum Agile, è pensato per una gestione ottimizzata della refezione scolastica e di tutti i Servizi a Domanda Individuale e garantisce la massima interfacciabilità e interoperabilità con i sistemi preesistenti.

Omnibus offre accessi a norma e sicuri con SPID e CIE ed è connesso a pagoPA per rendere più semplice e veloce qualunque processo di pagamento.

E utilizza l'Intelligenza Artificiale per parlare con i cittadini, così gli addetti del Comune possono dedicarsi con più serenità al loro lavoro.

Ma non è tutto, Omnibus è connesso all'app IO* ed è nativamente Cloud, presente sul Marketplace Cloud della PA, garantendo scalabilità e Business Continuity.

Per questo Omnibus è la soluzione più completa, facile e innovativa per tutti.

* L'app IO è un marchio di PagoPA SpA

PAROLA DI...
STEFANO BIAGGI
CEO & COUNTRY PRESIDENT SODEXO ITALIA



1 Sodexo opera nel Facility Management a 360°, integrando in maniera sinergica i servizi di ristorazione e i servizi non-food. I servizi non-food si distinguono in soft, ovvero pulizie, reception, assistenza, security, cura del verde, posta, gestione archivi, ecc.; e hard, come la manutenzione impianti, gestione energetica riallestimenti, rinnovamenti e retrofit su misura.

Questo genere di servizi ricopre un ruolo sempre più importante nella gestione dei bisogni dei nostri clienti ed è per questo che nel tempo sono stati definiti processi ed acquisite competenze per offrire soluzioni sempre più professionali, affidabili, innovative e competitive. I servizi di cui ci occupiamo si configurano in modo diverso a seconda delle realtà da cui vengono richiesti. Ad esempio, nel mondo manifatturiero è necessario orientarsi verso gli aspetti tecnologici e i processi, in modo da efficientare l'ambiente per la produzione, valorizzando gli asset aziendali; mentre nel mondo urban è più accentuata la necessità di servizi verso le persone, al fine di rendere efficiente e gradevole il posto di lavoro nel suo complesso. Interessante è anche il caso dei servizi in ambito Senior, dove stiamo lavorando per potenziare i servizi di assistenza a domicilio e di supporto direttamente sul territorio, che in futuro saranno sempre più centrali. La diversificazione delle proposte rientra nel concetto della flessibilità dei servizi offerti, da sempre un fattore fondamentale che oggi nel contesto post pandemia, ha acquisito ancora più valore.

2 La pandemia Covid-19 ha avuto numerosi impatti anche nell'ambito dei servizi di Facility Management. In primo luogo è aumentata la richiesta di flessibilità, ma al contempo è stata fondamentale la reattività nel far fronte alle richieste dei clienti. Come si può supporre, nei mesi è cresciuta in maniera esponenziale la richiesta di servizi di igiene e sicurezza che limitassero i possibili contagi sul luogo di lavoro. In particolar modo, per le realtà ospedaliere e gli insediamenti produttivi che non hanno interrotto la attività neanche nei periodi più acuti della pandemia, la necessità primaria è stata l'adeguamento ai cambiamenti della normativa in merito al trattamento dell'aria e all'utilizzo degli impianti di climatizzazione, che hanno comportato azioni dirette sui sistemi di ricircolo e sui sistemi di filtrazione dell'aria. Insieme a questo, è cresciuta la necessità di migliorare le condizioni di sicurezza all'interno degli spazi utilizzati, prevenendo la diffusione del contagio. C'è stato poi l'aumento di interventi

straordinari di sanificazione, che Sodexo è in grado di offrire in maniera personalizzata in base alla specifica attività. Fin dai primi momenti della pandemia, il nostro principale obiettivo è stato quello di essere al fianco dei nostri clienti e per farlo nel migliore dei modi abbiamo implementato un protocollo specifico per le attività di pulizia e programmato sessioni formative ad hoc per gli addetti al servizio. In virtù dell'elaborazione tempestiva del protocollo e dell'efficienza della formazione, resi possibili grazie al lavoro del team Qualità e Sicurezza composto da 30 esperti, abbiamo potuto supportare i nostri operatori sul territorio, per attuare i piani di continuità operativa e garantire ai collaboratori le condizioni necessarie per svolgere il proprio lavoro in sicurezza.

3 Sodexo, punta a crescere con un ritmo sostenuto in questa area di attività. Molto importante da questo punto di vista è la presenza di Ri.Co., azienda fondata a Milano nel 1983 e parte del gruppo Sodexo dal 2012, che ha sviluppato nel tempo competenze specifiche per la progettazione, realizzazione e manutenzione di impianti di riscaldamento e di condizionamento, così come impianti di rilevazione perdite gas, idraulica in genere e impiantistica elettrica industriale e civile.

4 Un esempio significativo della nostra professionalità e competenza è rappresentato dalla collaborazione con Toyota Motor Italia – per cui gestiamo anche i servizi di ristorazione e bar – che ha dato vita a un importante processo di efficientamento energetico presso la propria sede, a Roma. Per il progetto dell'azienda automotive abbiamo curato importanti interventi come il revamping dell'edificio con l'introduzione dei led per 2500 corpi illuminanti, l'installazione di un nuovo e più efficiente impianto di climatizzazione e l'implementazione di un impianto fotovoltaico, con oltre 1100 pannelli, che copre circa il 20% dei consumi energetici.





La grande **transizione**

In un anno contrassegnato dalla diminuzione delle vendite e del numero dei pdv a causa della pandemia, si delineano i trend che caratterizzeranno il fuoricasa negli States nei prossimi anni: la forza di asporto e delivery in testa

di MLA

È stato un anno di grandi perdite: le vendite delle catene ricomprese nella **Top 500** degli Stati Uniti stilata da **Nations' Restaurant News** hanno totalizzato 305,1 miliardi di euro, in calo del 4,3% rispetto al 2019.

Ciò si traduce nella scomparsa di 13,8 miliardi di incassi tra gli operatori oggetto dell'analisi, un tracollo legato soprattutto al venir meno della spesa serale nei restoranti

a causa dei lockdown. Un dato tanto più significativo se si pensa che le Top 500 rappresentano oltre l'80% delle vendite complessive del foodservice a stelle e strisce, ma sono state selezionate in base al numero di unità, pari

al 90% del totale. Non a caso, i ristoranti di alta cucina hanno registrato le perdite più gravi (-20,6%), con il servizio completo (-16,3%), la fascia media (-16,2%) e la ristorazione informale (-16,2%) che non sono andate molto meglio.

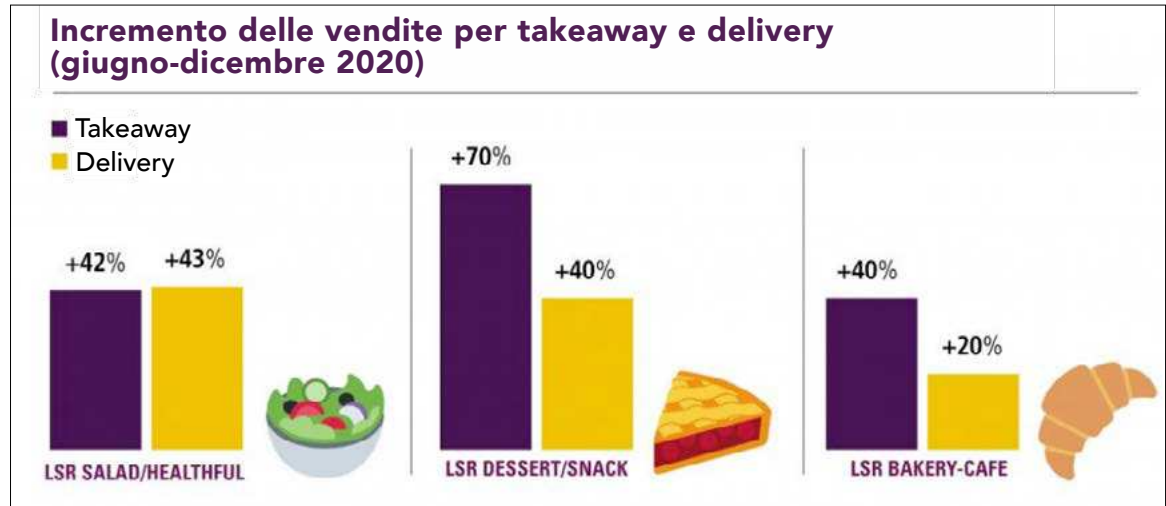
Ma non è stata una debacle assoluta: i segmenti delivery/take-away, specie per gli operatori con offerta a base di pollo e pizza, hanno infatti registrato una crescita delle vendite, rispettivamente del 5,2% e del 2,7%.

TOP 500 USA 2020

VENDITE 2019	VENDITE 2020	PERDITA
319 mld \$	305 mld \$	- 4.3%

La grande contrazione

Tra i primi 500 player, il numero complessivo delle location ha visto una contrazione dell'1,5% a 229.979: punti vendita il che si è tradotto appunto nella chiusura di bene 3.616 ristoranti nel 2020. Il conteggio delle unità è diminuito in quasi tutti i segmenti, colpendo più duramente quelli con servizio completo e la ristorazione informale. L'unica eccezione è stata il fast casual, che è cresciuto, ma di appena lo 0,1%. Dei segmenti a servizio limitato, i concetti salutisti a base di insalata hanno visto la maggiore crescita nel numero di unità (+1,8%) grazie alle performance positive di operatori come **Smoothie King**, **Tropical Smoothie Café** e **Nekter Juice Bar**, che hanno riportato aumenti sia in termini di vendite che di negozi aperti. Sono i full service restaurant quelli ad aver patito le perdite maggiori: -7,3%. Un vero tracollo qui l'ha registrato **Ruby Tuesday**, con quasi la metà (205) delle 446 chiusure complessive.



Oltre alle catene più grandi della Top 500, **Datassential** ha monitorato circa 467.070 ristoranti indipendenti: ebbene, di questi, il 10,1% ha chiuso definitivamente nel 2020. I player più grandi erano attrezzati un po' meglio a far fronte al cataclisma: tra le catene con più di 500 sedi (per un totale di quasi 200.000 unità), il 7,7% è stato definitivamente chiuso.

I vincitori avevano gli strumenti giusti

Non c'è dubbio che i marchi

che hanno prosperato nel 2020 (come per esempio **Domino's**, **Chipotle**, **Wingstop**) e i segmenti che sono andati meglio (pollo e pizza LSR) hanno basato questa capacità di reazione maggiore su alcuni elementi ricorrenti: un forte modello off-premise (servizi dedicati al consumo di cibi e bevande al di fuori della struttura di acquisto), la presenza del drive-thru e la tecnologia per connettere le persone con il loro cibo preferito nel modo più conveniente possibile.

McDonald's si è confermata

la catena di ristoranti numero 1 per vendite nel 2020 con 39,53 miliardi di dollari, in aumento dello 0,4% rispetto all'anno precedente, nonostante un calo dell'1,2% nel numero delle location, scese a 13.673. Il colosso del panino espresso è la dimostrazione di come i summenzionati tre elementi abbiano agito all'unisono, beneficiando appunto di una strategia basata su drive-thru, investimenti nella consegna e nel digitale. E quanto seminato nel momento peggiore sta dando ancora i suoi frutti: nel primo trimestre del 2021 Big Mac ha registrato incrementi a due cifre delle vendite nazionali. Sono andati meglio di quanto ci si potesse attendere anche i bar: nonostante fossero chiusi e gli sport da guardare anche in tv sospesi, al di là di **Dave & Buster's** che ha perso il 43% del proprio giro d'affari trascinando giù dell'8% il risultato di tutto il segmento, ben 13 marchi attivi in questo business hanno puntato sull'asporto incrementando la percentuale di consegna più di qualsiasi altro settore, producendo un guadagno aggregato dell'1,2% in termini di pdv. Si tratta di operatori presenti soprattutto in località suburbane che servono in particolare ali di pollo.

Walk-On's Sports Bistreaux, new entry nella Top 500, ha contribuito a questo exploit



con 12 aperture e un balzo del 13% delle vendite annuali. Più in generale, con il Covid è cresciuta la voglia degli americani di panini e ali di pollo: **Popeyes** ha messo a segno una progressione delle vendite del 20%, in parte attribuita al suo famoso sandwich di pollo premium.

Ma anche altri operatori hanno tratto vantaggio dell'amore per il pollo degli americani: **Chick-fil-A** ha visto le vendite salire del 3,8% a 10,8 miliardi di dollari mentre le sole vendite digitali di **Wingstop** hanno superato 1 miliardo di dollari nel 2020. E, sebbene molto più piccola con soli 51 locali rispetto ai 1.359 di Wingstop, la catena di pollo coreana **BB.Q Chicken** ne ha eguagliato la crescita del 21% lo scorso anno. A loro volta, **Bonchon**, **Jollibee** e **Nando's Peri-Peri** sono cresciuti sia nelle vendite che nelle unità negli Stati Uniti, nonostante la pandemia.

A tutto digitale

Circa l'86% degli operatori ha affermato che le vendite da asporto/consegna a domicilio non sono state in grado di compensare la perdita delle attività di ristorazione tradizionali, ma hanno di certo contribuito alla loro sopravvivenza. Gli ordini per la consegna sono aumentati del 124%

alla fine di marzo 2021 rispetto all'anno prima secondo la società di ricerche di mercato **NPD Group**. Più in dettaglio, gli ordini digitali per l'asporto sono aumentati di oltre il 130% mentre quelli sempre fatti online per la consegna sono cresciuti di oltre il 140% nel periodo. Tra giugno e dicembre 2020 gli exploit più elevati si sono manifestati nel segmento LSR Salad/Healthful (con asporto in crescita di quasi il 42% e consegna a domicilio quasi del 43%).

I concetti LSR Dessert/Snack hanno visto a loro volta un incremento di circa il 70% nel take-away e del 40% nel business delle consegne a domicilio mentre il settore LSR Bakery-Cafe evidenzia un balzo del 40% dell'asporto e di quasi il 20% nella delivery.

Diventare virtuale è diventato reale

Una componente potenzialmente enorme dell'impatto della pandemia è stata l'aumento dei marchi di ristoranti virtuali o di marchi creati solo per la consegna senza alcuna presenza fisica. Molti dei più grandi operatori con servizio completo hanno abbracciato questo modello, creando insegne virtuali di ali di pollo, hamburger o barbecue che vengono preparati in cucine di ristoranti esistenti o in

LE PRIME 30 CATENE

R	Insegna	Giro d'affari	20 vs 19
1.	McDonald's	39.53 mld \$	0.4%
2.	Starbucks	18.71 mld \$	-5%
3.	Taco Bell	11.31 mld \$	-0.4%
4.	Chick-fil-A	10.80 mld \$	3.8%
5.	Wendy's	10.29 mld \$	4.8%
6.	Burger King	9.66 mld \$	-5.4%
7.	Subway	9.17 mld \$	-8.2%
8.	Dunkin'	8.34 mld \$	-7.2%
9.	Domino's	7.35 mld \$	11%
10.	Panera Bread	5.66 mld \$	-8.7%
11.	Chipotle	5.34 mld \$	5.7%
12.	Pizza Hut	5.40 mld \$	-2%
13.	KFC	4.70 mld \$	4%
14.	Popeyes	4.58 mld \$	20%
15.	Sonic Drive-In	4.36 mld \$	-4.3%
16.	Buffalo Wild Wings	4.06 mld \$	2.3%
17.	Arby's	3.95 mld \$	3.4%
18.	Little Caesars	3.78 mld \$	-5%
19.	Dairy Queen	3.65 mld \$	-0.4%
20.	Jack in the Box	3.61 mld \$	2.5%
21.	Panda Express	3.60 mld \$	2.3%
22.	Olive Garden	3.55 mld \$	-12%
23.	Papa John's	3.48 mld \$	+19%
24.	Chili's	3.21 mld \$	-9.3%
25.	Applebee's	2.78 mld \$	-31%
26.	IHOP	2.51 mld \$	-25%
27.	Whataburger	2.46 mld \$	+4.3%
28.	Denny's	2.40 mld \$	-15%
29.	Texas Roadhouse	2.37 mld \$	-14.5%
30.	Red Lobster	2.24 mld \$	-7.3%

ghost kitchen. Un esempio su tutti: **Brinker International** ha dichiarato nel giugno 2020 che il suo marchio virtuale **It's Just Wings** generava 3 milioni di dollari a settimana di vendite nelle sedi delle società **Chili's** e **Maggiano's Little Italy**. Nella Top 500, i ricavi dei marchi virtuali sono

inclusi nei conteggi complessivi delle vendite dei ristoranti, ma è sicuro che il numero crescente di operazioni di sola consegna è stato importante per mantenere le vendite, in particolare per le catene con servizio completo. Durante la pandemia, gli operatori con forte presenza



decentrata si sono avvantaggiate a discapito di chi aveva location centrali per sfruttare i flussi e gli uffici.

Questo vantaggio durerà ancora a causa dell'incertezza sulla uscita definitiva dalla pandemia, ma, secondo gli esperti USA tuttavia, l'America non rimarrà per sempre una nazione di lavoratori da casa.

Grande è bello

Negli anni passati, i maggiori aumenti delle vendite e della crescita delle unità sono stati osservati tra le 250 catene

mangia cibo da asporto: in futuro, il trasporto, il drive-thru e la consegna, per non parlare delle tecnologie mobili che ne alimentano l'adozione, continueranno a essere cruciali per le catene orientate alla crescita secondo il rapporto Datassential.

30 gradite eccezioni

In un anno di cali diffusi, alcuni marchi hanno trovato però il modo di aumentare le vendite. D'accordo, gli effetti del Covid hanno avuto un impatto sulle catene di ristoranti di tutta la Top 500, dai più grandi



LE 30 CATENE CRESCIUTE DI PIÙ NEL 2020

R	Insegna	Giro d'affari	Crescita %
1.	Wingstop	1,61 mld \$	21%
2.	Popeyes Louisiana Kitchen	4,58 mld \$	20%
3.	Papa John's	3,48 mld \$	19%
4.	Cooper's Hawk	385.4 mln \$	12,5%
5.	Smoothie King	479.6 mln \$	11.5%
6.	Tropical Smoothie Café	586.5 mln \$	11.3%
7.	Domino's pizza	7.35 mld \$	11%
8.	Marco's Pizza	668.6 mln \$	9.7%
9.	McAlister's Deli	795.4 mln \$	9%
10.	Raising Cane's	1,26 mld \$	7%
11.	Jersey Mike's	1,29 mld \$	7%
12.	Freddy's Frozen Custard & Steaks	541.9 mln \$	6.9%
13.	Chilipote	5.34 mld \$	5.7%
14.	Wendy's	10.29 mld \$	4.8%
15.	Whataburger	2.46 mld \$	4.3%
16.	KFC	4.70 mld \$	4%
17.	Chick-fil-A	10.80 mld \$	3.8%
18.	Portillo's Hot Dogs	501.6 mln \$	3.7%
19.	Bojangles'	1.29 mld \$	3.5%
20.	Arby's	3.95 mld \$	3.4%
21.	Five Guys	1.57 mld \$	3%
22.	Culver's	1.73 mld \$	3%
23.	Hooters	841.1 mln \$	2.7%
24.	Jack in the box	3.61 mld \$	2.5%
25.	Buffalo wild wings	4.06 mld \$	2.3%
26.	Panda Express	3.60 mld \$	2.3%
27.	MOD Pizza	409.8 mln \$	1.8%
28.	Krispy Kreme	876.3 mln \$	1.5%
29.	Del Talco	833.3 mln \$	1.0%
30.	McDonald's	39.53 mld \$	0.4%



"emergenti" all'interno del rapporto Top 500. Nel 2020, tuttavia, quella tradizione si è capovolta e sono state le catene più grandi - le Top 250 - a mostrare le migliori prestazioni, o almeno a subire la minor perdita.

Nel 2020 infatti, la Top 250 ha perso solo l'1,4% delle unità e le vendite sono diminuite del 4,1%. Le seconde 250 società, invece, hanno visto le unità calare del 3,1% e le vendite del 7,8%. La pandemia ha insegnato ai consumatori americani a cercare la convenienza: questo e altri modelli di comportamento indotti dal virus potrebbero avere un effetto duraturo. Ad esempio, tre quarti degli americani cucinano di più a casa e il 56%

marchi nazionali ai player regionali emergenti. In questo "mondo capovolto" rispetto al passato, la sopravvivenza, non la crescita, è diventata la priorità per molti.

Tutti i principali segmenti di ristorazione hanno registrato tendenze di vendita negative e solo meno di due quinti delle Top 500, ovvero 197 catene, hanno registrato una crescita positiva delle vendite anno su anno nel 2020. Ma ce ne sono alcune che hanno incredibilmente brillato.

Alcune hanno persino ottenuto una crescita delle vendite a due cifre lo scorso anno. Altre hanno ampliato la loro portata con l'espansione del numero dei locali, che ha continuato a ritmo sostenuto.



Catering **cum laude**

Dalla gestione diretta a quella esternalizzata, dal vecchio self service al ristorante con menu per tutti i gusti e show cooking: come cambia l'offerta per gli studenti universitari

di Corrado Giannone

La ristorazione nelle università è uno dei segmenti della collettiva di cui si parla poco. Eppure dà lavoro a un numero cospicuo di addetti, e sottende quotidianamente un numero di pasti significativo. Nonostante non sia sotto i riflettori si tratta di un segmento molto interessante perché è quello che negli anni ha cercato di innovarsi con più rapidità rispetto agli altri ambiti interessati dalla ristora-

zione, un po' per rispondere alle esigenze di un utenza formata da giovani che hanno cambiato stili alimentari con il cambiare delle mode e dei tempi e un po' per arginare la concorrenza degli esercizi commerciali che con più frequenza sorgono non lontano dagli atenei.

Agli inizi il servizio veniva erogato dalle opere universitarie, una per ogni ateneo, successivamente le opere universi-

tarie sono state trasformate in enti diritto allo studio che a livello regionale oltre alla ristorazione gestiscono alloggi e altri servizi per gli studenti. Un tempo, le opere universitarie si avvalevano di personale proprio. La qualità del servizio non sempre era eccellente ma gli utenti non si lamentavano perché il prezzo del pasto era molto conveniente e per altri gratuito. In compenso i costi di produzio-

ne sostenuti dagli enti nella maggior parte dei casi era decisamente elevato. Personalmente conosco bene il settore perché ho frequentato le mense universitarie prima come utente a Catania, dove c'era un servizio a tavolo con tanto di camerieri e successivamente a Milano. In seguito ho avuto modo di occuparmi della ristorazione universitaria come consulente e il mio primo incarico fu per l'ISU del

Politecnico di Milano, che nel 1980 mi coinvolse nella stesura del capitolato per la gestione del servizio di ristorazione. Successivamente ho lavorato per la quasi totalità degli enti per il diritto allo studio sparsi su tutto il territorio italiano occupandomi di vari aspetti, come la direzione tecnica del servizio, aspetti riorganizzativi, progettazione di nuove strutture, controllo di conformità, formazione degli operatori e via dicendo. Grazie a questa esperienza, ho avuto modo di seguire l'evoluzione del settore nei diversi aspetti, che riguardano le modalità di gestione, ma anche gli aspetti legati alla qualità del servizio



furono univoche in tutte le situazioni. In alcuni casi gli addetti mantennero le proprie mansioni alle dipendenze dell'ente ma sotto la direzione della società

diretta alla gestione indiretta. In questo caso il costo del pasto passò da 15 a 7 mila lire con una qualità del servizio decisamente migliore rispetto a

come le alternative erano di gran lunga inferiori a quelle prospettate lasciando spazio così a meccanismi truffaldini a danno dell'ente. Progressivamente tutti le università optarono per l'esternalizzazione del servizio.

Il servizio di ristorazione universitaria a differenza di altri ha una serie di peculiarità: non può contare su un'utenza fissa ma solo potenziale e l'affluenza è legata al calendario delle lezioni e degli esami.

Il cambiamento in termini di proposte innovative richiesto al servizio di ristorazione universitaria è molto più rapido rispetto agli altri settori, che sono meno dinamici: basti



erogato. Per quanto riguarda le modalità di gestione del servizio, quella diretta andava per la maggiore. Il numero degli affidamenti a società di ristorazione aumentò progressivamente a partire dagli anni 80 allorché molti enti si resero conto della difficile sostenibilità dei costi. Il passaggio non fu facile né indolore data la forte resistenza dei sindacati che sostenevano a spada tratta il modello della gestione diretta anche in virtù della gestione di aspetti come la ricollocazione del personale che spesso era inutilmente numeroso. Le soluzioni non

di ristorazione. In altri casi, il personale fu destinato ad altri incarichi, o ad altri enti come nel caso dei lavoratori dell'opera universitaria di Palermo che furono trasferiti negli uffici della Regione Siciliana.

Gli atout dell'esternalizzazione

Il passaggio dalla gestione diretta alla gestione in appalto comportò in molti casi una riduzione dei costi del servizio. Tanto per fare un esempio, l'Opera universitaria di Palermo decise, intorno agli anni 90, di passare dalla gestione

prima. Il cambiamento non fu facile: ci furono minacce al direttore dell'ente che fu l'artefice del cambiamento, e ai consulenti che avevano predisposto il piano di razionalizzazione e avevano scoperto un meccanismo che consentiva ad alcuni dipendenti disonesti di truffare l'ente. Il meccanismo consisteva nel prevedere per ogni studente una porzione di pasta di 150 grammi e di dichiarare un numero elevatissimo di alternative (salumi e formaggi). In realtà la quantità di pasta che finiva nei piatti era la metà di quella dichiarata così

pensare alla ristorazione scolastica o a quella ospedaliera. La composizione dell'utenza della ristorazione universitaria nel tempo è cambiata. Oggi la comunità degli studenti è composta da soggetti provenienti da tutte le parti del mondo con abitudini alimentari molto diverse tra loro, sono aumentate le richieste di diete etico religiose, vegane, vegetariane, etc.). Oltre a questo va detto che molti giovani seguono le mode alimentari del momento. Ricordiamo l'ondata dei fast-food, poi quella delle paninoteche. Oggi sono molto gettonati il

sushi e il pokè. La maggior parte degli enti non sono stati in grado di adeguarsi in tempi rapidi alle attese dei giovani studenti, così hanno perso per strada un gran numero di potenziali utenti che si ristorano negli esercizi commerciali fuori dalle mura universitarie sia con sede fissa sia ambulante.

Molti bar hanno aggiunto alla tradizionale offerta, la vendita di pasti caldi (pur non disponendo di cucina). Attorno alle sedi universitarie sostano camioncini attrezzati per la vendita di panini, primi e secondi caldi a prezzi competitivi rispetto a quello praticato dall'ente pubblico. Questo fa sì che gli studenti che paga-

pulite, riscaldate d'inverno e rinfrescate d'estate, costringendo all'impiego di numero di addetti elevato rispetto all'esigenze del servizio, con riflessi fortemente negativi sul costo di produzione del pasto e quindi sul prezzo richiesto all'utenza.

Alcuni enti più avveduti, per frenare questo trend hanno cercato di modificare già da tempo, il modello di servizio offrendo menù sempre più differenziati, per soddisfare le aspettative dell'utenza e luoghi di consumo più accoglienti. Negli anni 90, ad esempio, l'azienda diritto allo studio di Palermo affiancò al tradizionale self-service una pizzeria con trecento posti a



della migrazione degli studenti verso altri tipi di offerte, ma non quello del costo di produzione, perché richiedono comunque che la struttura sia dotata di una cucina e di locali accessori e richiedono organizzazione del personale rigida a fronte di un'utenza variabile. Da qui la necessità

pletamente ristrutturato sito nelle vicinanze di piazza della Loggia. Il progetto alimentare specifico, è stato pensato per rendere economicamente sostenibile la gestione del servizio e prevede preparazioni in loco e preparazione di semi lavorati presso la cucina del gestore, conservati sottovu-



no la tariffa piena preferiscano posti come questi, mentre solo gli studenti che godono della tariffa ridotta, o sono ospiti negli alloggi universitari si avvalgono del servizio offerto dall'ente.

L'esigenza di abbattere i costi

Tale cambiamento ha determinato conseguenze negative per molti enti come il sotto utilizzo delle strutture (cucine e sale di consumo), che malgrado il basso afflusso vanno comunque mantenute,

sedere e due forni a legna, ancora oggi in funzione, che arrivò a servire fino a 700 pizze al giorno, tanto che l'allora presidente, il professor Bono si vantava di avere la più grande pizzeria d'Italia.

L'esempio fu ripetuto dall'ERSU di Verona che ripropose la stessa formula; anche l'azienda diritto allo studio di Firenze introdusse delle novità con l'avvento di un free-flow e di un locale fast food in cui vengono venduti panini, e pasti caldi oltre i prodotti tipici del bar. Questi modelli di servizio hanno arginato il fenomeno

di trovare modelli alternativi che coniugano la soddisfazione degli utenti garantendo loro un'offerta alimentare in grado di soddisfare le diverse aspettative, e un'organizzazione dinamica in grado di adeguarsi all'affluenza, e che possa cambiare la proposta alimentare con il cambiare delle "mode" alimentari.

Una scelta che va in questa direzione l'ha fatta l'Università di Brescia che in questi giorni ha pubblicato il bando di gara per assegnare il servizio di ristorazione che dovrà essere erogato nel locale com-

to o in atmosfera modificata, e riattivati nel terminale di consumo.

I locali destinati al servizio sono articolati su due i piani uno al livello -1 dov'è prevista la zona di stoccaggio lavaggio e distribuzione e una zona di consumo al piano zero. La zona distribuzione è collegata al piano superiore con una scala mobile e da un ascensore, per la movimentazione dei carrelli sporchi e puliti. In linea di distribuzione (vedi BOX 1 a pag. 41) sono previste le seguenti preparazioni: pizze, focacce, piadine,

pokè, spremute, centrifugati, panini, pasta e riso, con cottura alla piastra carni, pesce formaggi e verdure, tagliati al momento salumi e formaggi. Presso la cucina del gestore è prevista la preparazione di carni (arrosti, brasati, spezzatini, roastbeef) verdure cotte, minestre, salse, sughi, verdure crude, lasagne al forno, risotti ecc. il locale di riattivazione si caratterizza come un terminale attrezzato, e rispetto alla cucina tradizionale, comporta una riduzione degli spazi necessari al processo produttivo, in particolare: riduce le superfici necessarie per lo stoccaggio, la preparazione, la distribuzione a vantaggio degli spazi destinati alla distribuzione e al consumo; riduce le attrezzature necessarie allo stoccaggio e alla preparazione, riduce il numero degli operatori necessari a garantire il servizio rispetto alla cucina in loco; consente una maggiore elasticità nell'organizzazione del lavoro ha un impatto virtuoso sulla produzione di rifiuti, riduce i consumi energetici, abbatte il volume di merce in entrata e contiene gli sprechi

alimentari. L'area di distribuzione come si evince dal layout (vedi sempre BOX1 sotto) prevede un'unica linea di distribuzione a ridosso della zona di rinvenimento che è collegata alla zona lavaggio. La linea di distribuzione prevede: una grigliera, una pizzeria focacciera, una zona per i primi con cottura espressa della pasta e del riso attrezzata per lo showcooking, una zona pokè una zona frutta e verdura e una per salumi e formaggi con porzionatura a vista.

La linea di distribuzione è separata dalla zona di consumo da una parete in muratura alta 95 centimetri dove vengono appoggiate le attrezzature rivestita nella parte esterna con marmo boccino tipico della zona, la parete continua con una parte vetrata alta circa 40 centimetri collegata ad un ripiano sempre vetrato della stessa dimensione.

La zona si caratterizza come un locale squisitamente commerciale molto diverso dal free-flow e dal self-service. Il locale consumo prevede un arredamento moderno e confortevole, la zona è dotata di

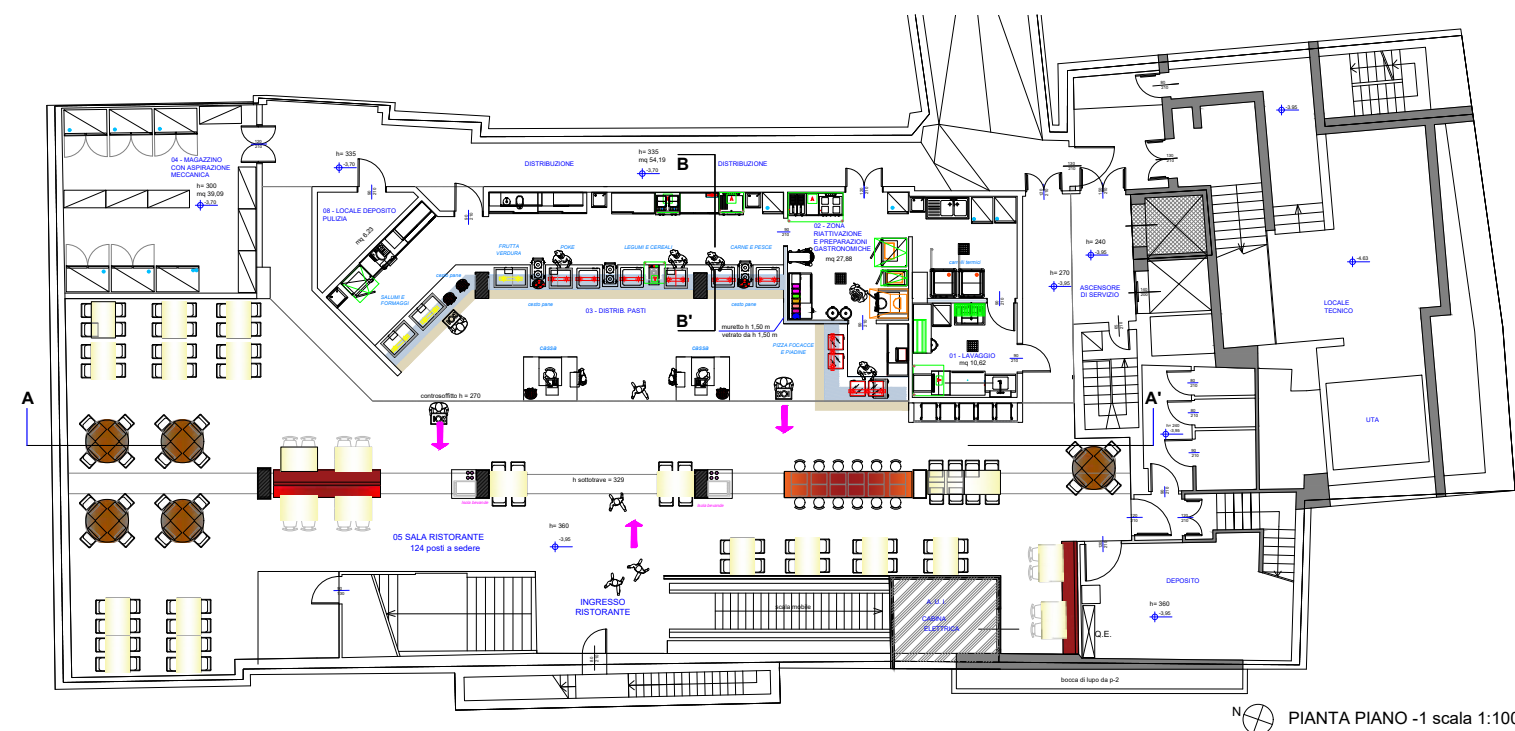


distributori di cibi e bevande ed è prevista la presenza di sistemi di distribuzione dei pasti per coloro che sono impossibilitati ad accedere al servizio negli orari di regolare apertura.

Il servizio prevede l'uso di stoviglie non a perdere, la distribuzione dell'acqua e delle bevande avviene con sistemi automatizzati, ed è bandito in sostanza l'uso della plastica.

Il modello è interessante per vari aspetti, in particolare la

proposta alimentare è in linea con le nuove tendenze in ambito di consumi alimentari e garantisce a tutti gli utenti la possibilità di scelta in base alle proprie gusti. Permette un'organizzazione del personale non rigida, riduce gli sprechi grazie al fatto che il 70% dei prodotti sono preparati in maniera espressa quindi non ci sono avanzi e i semi lavorati vengono riattivati in base all'affluenza. Sono convinto che tale modello riscuoterà molto successo.



Passato, **presente e futuro**

Con il neo eletto presidente di Aigrim, Cristian Biasoni, abbiamo fatto il punto della situazione nel mondo della ristorazione multilocalizzata

di M.L.Andreis

Aigrim è l'Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzata. Nasce nel 2013 per raggruppare, in seno a Fipe – Concommercio, le imprese che effettuano attività di somministrazione di alimenti e bevande nei centri urbani, nei centri commerciali, nelle aree di servizio autostradali, negli aeroporti, nelle stazioni ferroviarie e marittime ed in altri siti in concessione. Le aziende associate impiegano più di 30.000 dipendenti, contano su oltre 3 miliardi di ricavi e gestiscono più di 3.000 punti di ristoro in tutto il territorio nazionale, sia in forma diretta che in franchising. Di recente **Cristian**



CRISTIAN BIASONI,
Presidente Aigrim

Biasoni, Ad di Chef Express, ne è stato designato presidente.

A lui, in questa fase di riapertura abbiamo chiesto di fare il punto della situazione del mercato che Aigrim rappresenta. Ecco cosa ci ha detto parlando di ripresa, difficoltà persistenti, sviluppo digitale, nuovi modelli e abitudini di consumo, per poi lasciarci con una domanda (dalla risposta scontata).

Ristorazione e pandemia tra passato presente e futuro: facciamo il punto presidente?

Come è ormai evidente, i settori della ristorazione, dell'ospitalità e del trasporto sono stati quelli maggiormente colpiti a livello mondiale, nei lockdown ma anche nei mesi successivi, quando le varie fasi graduali di liberalizzazione hanno mantenuto forti vincoli sulle attività, al punto che i primi mesi del 2021 sono risultati peggiori dell'anno precedente, dove almeno si era potu-

to lavorare nei due mesi iniziali dell'anno. L'operatività attuale è caratterizzata ancora dalla mancanza del turismo internazionale e la situazione è molto variegata a seconda dei canali. C'è un quasi ritorno alla normalità nella ristorazione commerciale nelle aree urbane, mentre si mantiene una forte sofferenza nei canali delle concessioni, nelle stazioni aeroporti e aree autostradali. Quest'ultimo segmento è particolarmente penalizzato, perché opera erogando servizi di pubblica utilità (ad esempio la gestione dei bagni delle aree di servizio) i cui oneri sono totalmente a carico degli operatori food/oil. In più, purtroppo, abbiamo verificato che a fronte di una ripresa del traffico autostradale più rapida rispetto agli altri canali, non si registra una proporzionale ripresa nel comparto della ristorazione, per effetto di una mutata e inferiore propensione al consumo del viaggiatore. Paradossalmente è

il settore più penalizzato, non per le vendite che hanno subito cali percentuali inferiori ad altri canali, è stato quello della ristorazione autostradale: caratterizzati da costi fissi di gestione elevatissimi col traffico azzerato durante il lockdown e fortemente ridotto negli altri momenti, questi punti vendita sono dovuti rimanere comunque aperti, svolgendo un ruolo di pubblica utilità: un obbligo, a cui però non è corrisposto un riconoscimento specifico in termini di risarcimenti o ristori, come è stato per altri settori.

Suggerimenti per superare l'impasse in questo segmento?

Oggi il settore è ormai allo stremo. Quello che chiediamo sono interventi risolutivi per riequilibrare i piani economico finanziari delle aziende del settore e consentire la sostenibilità delle attività. Interventi che si possono riassumere in a) proroghe delle scadenze delle attuali concessioni di non meno di 36 mesi, b) agevolazioni fiscali quali credito di imposta sulle concessioni, c) razionalizzazione della rete che è ora più che mai sovradimensionata per il mercato attuale e dei prossimi anni.

Sottolineo che la maggior parte dei concessionari autostradali sono concordi sulle proroghe, perché sostanzialmente a costo zero per loro e per lo Stato, ma serve un intervento del governo per superare i relativi aspetti burocratici e amministrativi. Non chiediamo privilegi, ma il semplice riconoscimento che in uno stato di emergenza servono provvedimenti straordinari, certamente limitati nel tempo.

Come si è evoluto il tema delle subconcessioni e degli investimenti ad esse collegati nell'ultimo anno?

Tutto il settore delle concessioni si reggeva su piani economico finanziari il cui sottostante erano flussi di traffico ormai del tutto inverosimili. Nel 2020 è stata avviata un'intensa interlocuzione con i vari enti concedenti e si è giunti, in quasi tutte le situazioni, a un



punto di equilibrio. Oggi, secondo le più autorevoli proiezioni, siamo certi che prima del 2025 non si tornerà ai livelli pre-pandemia, quindi sono necessari ulteriori interventi.

Previsioni di medio termine per quanto attiene al mercato del fuoricasa italiano?

Riteniamo che prima del 2025 non si tornerà ai livelli del 2019. Pesa la situazione sanitaria che, seppur fortemente migliorata grazie al successo della campagna vaccinale, rimane non risolta del tutto, come dimostra la situazione creatasi con le nuove varianti in Gran Bretagna. Conseguentemente i flussi turistici internazionali stentano a ripartire. In più, alcune abitudini temporanee quali smart working, videocall etc, si sono consolidate determinando un calo del traffico business e conseguente calo di tutto il relativo indotto (ristorazione fuori casa, hospitality, viaggi etc.).

Quale attività sta svolgendo



Aigrim per rappresentare gli interessi e le richieste dei suoi associati?

Il nostro è un ruolo di cerniera tra i concedenti – pubblici o privati – e le istituzioni, rappresentando un settore specifico che è cresciuto moltissimo negli ultimi anni ma che ancora non è compreso appieno nel suo ruolo strategico anche per il sistema Paese. Stiamo lavorando pertanto a stretto contatto con FIPE per portare avanti nei vari tavoli tecnici e istituzionali tutte le richieste del settore.

Come sta cambiando l'offerta ristorativa per assecondare la voglia di socialità e le esigenze dei consumatori in movimento, tenendo conto al contempo delle esigenze di sicurezza che permangono?

Vedo i consumatori molto più consapevoli e attenti nella scelta delle location ove consumare. Privilegiano locali ampi, gestiti con attenzione alle regole anche sanitarie. Evitano contatti inutili o eccessivi, con maggiore attenzio-

ne alla qualità di prodotti e servizio. Le aziende, soprattutto quelle strutturate, l'hanno capito subito e stanno adeguando i loro formati ristorativi. L'esperienza fisica è evidentemente preponderante, ma la componente digitale sta crescendo e sta diventando sempre di più uno strumento per comunicare e relazionarsi con il cliente oltre che facilitatore dell'erogazione dei servizi sul pdv.

Quale la posizione di Aigrim e/o cosa pensa lei personalmente delle crescenti polemiche legate alla difficoltà a reperire personale nell'ambito della ristorazione, in particolare dopo la pandemia (e, qualcuno dice, a seguito dell'entrata a regime del reddito di cittadinanza...)?

Il mio punto di vista è il punto di vista obiettivo del settore, la ristorazione è in forte difficoltà a reperire personale, soprattutto stagionale.

Le motivazioni sono molteplici e non escludo che i vari strumenti di supporto al reddito erogati possano aver contribuito. Del resto lei verrebbe a lavorare in uno dei nostri punti vendita in autostrada, con gli orari e i periodi lavorativi più intensi che corrispondono ai periodi ove normalmente le persone vanno in vacanza (ferie estive, week end, ponti etc.) se potesse guadagnare cifre "simili" stando a casa?

Una risposta quella con cui BIASONI conclude la sua disamina che non ha bisogno di commenti. Ma di cambiamenti!

La rinascita **del buono**

Dopo aver subito una contrazione del 20% nel 2020, il mercato dei sostituti di mensa guarda con fiducia al futuro, grazie a una spiccata evoluzione digitale accelerata dalla pandemia

di M.L.Andreis



LIl 40% dei lavoratori che durante la pausa pranzo mangia fuori casa usa i sostituti di mensa in 170.000 esercizi convenzionati, piccoli bar e ristoranti in primis. Risultato: il buono pasto è il benefit di welfare aziendale di gran lunga preferito dai lavoratori.

Il mercato valeva 3,2 miliardi nel 2019, il 30% riferibili alla pubblica amministrazione e assegnati dalla centrale acqui-

sti nazionale *Consip*, con una maxi gara giunta quest'anno alla nona edizione. La pandemia ha contratto il giro d'affari del mercato dei sostituti di mensa del 20%.

Sono circa 100.000 le aziende, gli enti e le amministrazioni che usano i BP per riconoscere a 2,5 milioni di loro dipendenti il diritto al pasto in pausa pranzo: 1,7 nel settore privato, 900.000 in quello pubblico. An-

cora pochi se si considera che i lavoratori subordinati in Italia sono quasi 18 milioni. Prima della pandemia il buono pasto era usato al 70% nei bar, ristoranti, gastronomie e per il 30% nella grande distribuzione. Durante la crisi, queste percentuali si sono capovolte: l'80% dei voucher veniva impiegato nella grande distribuzione, il 20% in bar, ristoranti e nelle mense diffuse.

Soluzioni innovative

Alla luce di questi dati, vediamo di fare il punto anche su questo importante segmento del foodservice nazionale, messo a dura prova dalla pandemia specie a causa dello smart working, che ha costretto in casa centinaia di migliaia di lavoratori che utilizzavano il buono pasto quotidianamente per mangiare a pranzo (e non

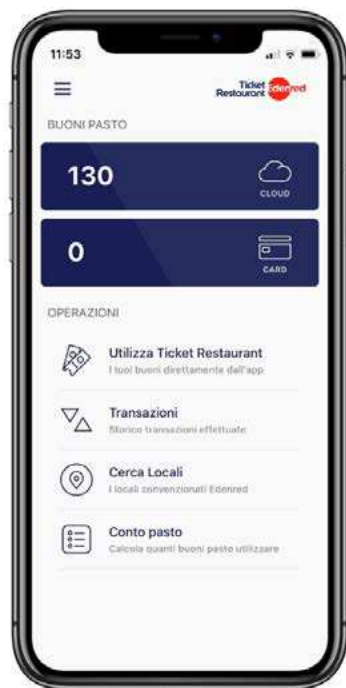
solo) o per fare la spesa. Un terremoto che ovviamente ha costretto gli emettitori a correre ai ripari e a incentivare, studiare e introdurre soluzioni innovative. Vediamo quali.

In Italia **Edenred** conta circa 2 milioni di utilizzatori delle sue soluzioni, distribuiti prevalentemente nel settore privato, raggiungendo una quota del 75%. Il restante 25% di utenti è impiegato nella Pubblica Amministrazione. L'emittitore conta 80.000 aziende clienti e 150.000 partner convenzionati, tra esercizi commerciali, Gdo e aziende della ristorazione. Pioniera nella digitalizzazione del buono pasto con le prime iniziative già nel lontano 1994, attualmente il 90% degli utenti finali dei buoni pasto Edenred utilizza i formati elettronici, tessera o app.

*"L'offerta di Edenred in ambito welfare è in grado di coprire una vasta gamma di esigenze legate alla vita quotidiana, anche quelle relative ai nuovi bisogni emersi con l'emergenza sanitaria", esordisce **Stefania Rausa**, direttore Marketing e Comunicazione dell'azienda. "Soprattutto nell'ultimo anno, abbiamo puntato molto su innovazione e digitalizzazione, rendendo le nostre soluzioni personalizzabili, semplici da usare, sicure e flessibili, senza dimenticare il ruolo importante*



STEFANIA RAUSA,
direttore marketing
e comunicazione Edenred Italia



che svolgono in termini di supporto economico: oggi la digitalizzazione svolge sempre più un ruolo chiave. Come Edenred, abbiamo reso il buono pasto full mobile, grazie al lancio dell'app Ticket Restaurant®, ampliando nel corso del lockdown la rete di partner online dove poterlo utilizzare e favorendone così l'uso anche tramite il food delivery. La digitalizzazione ha riguardato a 360 gradi tutte le nostre soluzioni, compreso il welfare aziendale: oggi parliamo di vere e proprie esperienze digitali in grado di migliorare il work-life balance di imprese e persone. Tra le novità anche i nostri Ticket Compliments®, grazie al lancio dell'app MyEdenred Shopping: basta un semplice click per effettuare acquisti negli store e negli shop online".

Le soluzioni messe in campo da Edenred, grazie alle innovazioni introdotte, sono oggi fruibili in modo immediato e semplice, in qualsiasi momento, ovunque, tramite smartphone: *"Bisogna considerare anche che uno dei punti di forza del buono pasto è la sua flessibilità, caratteristica che lo rende in linea con il momento storico che stiamo vivendo*

e che lascia libertà di scelta al beneficiario. È possibile recarsi nel ristorante sotto casa o nel locale vicino all'ufficio, ricevere il pranzo direttamente alla propria scrivania o acquistarlo al supermercato. E tutto questo può essere fatto direttamente da uno smartphone".

Oltre alla digitalizzazione, nell'ultimo anno e mezzo Edenred si è impegnata nello sviluppo di iniziative a sostegno di tutti gli attori che compongono il suo ecosistema lanciando il programma **Restart Digital**, finanziato dal Fondo More Than Ever, creato a livello europeo per offrire un sostegno immediato ai settori più colpiti, incentivando l'utilizzo del digitale e incrementando il potere di acquisto degli utilizzatori. Nell'ambito del programma, sono nate iniziative come #adottaunristorante e la partnership con **Too Good To Go**. Inoltre, dalle prime settimane del lockdown è stato attivato il programma **WE@HOME**: realizzato grazie al supporto di tutti i partner welfare, prevedeva una serie di attività e di corsi online, dalla lezione di inglese, al corso di yoga, e che in un momento così difficile, è stato in grado di unire le persone e coinvolgerle anche a distanza.

Il lento ritorno alla normalità, con ogni probabilità, secondo Rausa vedrà l'affermazione definitiva di una maggiore alternanza tra lavoro in sede e da casa, che sta già imponendo nuove esigenze alle quali gli strumenti di WA devono offrire risposte adeguate, nell'ottica di un nuovo equilibrio tra vita lavorativa e vita privata.

L'importanza del welfare è stata posta in evidenza anche a livello legislativo: anche per l'anno in corso è stata prorogata la norma che prevede il raddoppio della soglia di esenzione totale per i fringe benefit. La misura si è dimostrata un'importante forma di integrazione al reddito per le

famiglie, aumentando il potere di acquisto delle persone con ricadute positive sull'intero sistema economico.

In questo ambito, a detta della manager sarebbe auspicabile un intervento normativo volto ad elevare la soglia defiscalizzata dei buoni pasto a 10 euro, magari limitando l'aumento solo per i buoni pasto digitali: *"Un provvedimento in questa direzione potrebbe portare il duplice beneficio di offrire un sostegno al reddito dei dipendenti e drenare risorse verso uno dei settori più colpiti dalla pandemia, quello della ristorazione. Sarebbe poi auspicabile un intervento normativo che chiarisca definitivamente che anche nello smartworking debbano essere riconosciuti i buoni pasto, ponendo fine all'incertezza normativa che si è generata e della quale qualche realtà ha ingiustamente approfittato",* chiosa Stefania Rausa.

Il POS unico

La milanese **Pellegrini** ad oggi opera principalmente nel mercato privato dei buoni pasto, con una quota intorno all'8%, ed è il primo operatore italiano in questo ambito. Con 5.600 clienti, 82.500 esercizi convenzionati equamente ripartiti in termini numerici tra esercizi di somministrazione della ristorazione ed esercizi di vendita di beni alimentari organizzati e di vicinato, ogni giorno sono 300.000 gli utilizzatori dei buoni pasto e 70.000 quelli degli altri servizi della divisione buoni pasto del colosso della ristorazione fondato e guidato da **Ernesto Pellegrini**. *"Ad oggi la nostra presenza nella Pubblica Amministrazione è trascurabile",* ci dice **Davide Scaramuzza**, direttore Divisione Welfare Solutions. *"Grazie alle nuove logiche introdotte del codice degli appalti, che hanno avuto la conseguenza di ridurre la pressione sul prezzo dando maggior peso alla*

componente qualitativa, stiamo valutando di approssimare in modo strategico il comparto pubblico". Gli strumenti a disposizione dell'azienda sono numerosi: da buono pasto cartaceo a quello elettronico, dal buono regalo al Fuel Voucher fino alla piattaforma di gestione dei Flexible Benefit. Il formato elettronico e digitale dei buoni pasto è passato negli ultimi 12 mesi dal 70% a oltre il 90% rispetto alla versione cartacea.

"Con i nostri buoni cartacei offriamo un servizio per il welfare aziendale sicuro e funzionale", riprende il manager. "Questo grazie a un concentrato di accorgimenti tecnologici, quali matrice anticontraffazione, microperforazione laser e barcode, e di soluzioni come la busta sigillata e la personalizzazione del buono. Oggi rimane un servizio di nicchia per poche piccole aziende, anche perché il vantaggio fiscale si è ridotto sensibilmente a 4 euro rispetto agli 8 dell'elettronico. Nell'ambito dei buoni elettronici, il grande vantaggio di quelli della Pellegrini è il fatto di essere gli unici sul mercato a poter essere utilizzati sulla rete dei POS bancari. Ecco perché rappresentano il massimo dell'efficienza e della comodità tanto per gli esercenti, che non devono installare un POS aggiuntivo, quanto per le aziende e



gli utilizzatori, che possono accedere a una spendibilità senza eguali. Utilizzata sulla rete dei POS bancari, la Pellegrini Card offre lo stesso livello di sicurezza delle carte bancarie. Il pagamento tramite Pellegrini Card, infatti, è compatibile al 100% con gli standard EMV (globalmente riconosciuti per l'autenticazione di carte di debito e credito)".

Anche qui il Covid ha impattato fortemente: "Siamo passati da una spesa pre Covid ripartita in modo equo intorno al 50% tra i pubblici esercizi e gli esercizi alimentari con la distribuzione organizzata, a una spesa che nel 2020 è stata per l'85% a favore degli alimentari (non solo Gdo) rispetto ai pubblici esercizi che stanno lentamente riguadagnando terreno", spiega Scaramuzza. Inoltre, "non tutte le aziende erogano il buono pasto anche al dipendente in smartworking. La situazione sta progressivamente cambiando e auspichiamo che il dopo Covid, oltre ad evidenziare i vantaggi in termini di produttività e riduzione dei costi del lavoro agile, porterà aziende e parti sociali a rivedere gli accordi in favore dell'erogazione del buono pasto a prescindere dalla presenza".

Numerose le novità in questo settore del foodservice per la Pellegrini: "La spesa via App, disponibile già da diversi anni,

gli esercenti convenzionati Pellegrini, in particolare per la gestione della delivery, questo anche grazie all'esperienza derivante dall'acquisizione di MyMenu, primo operatore italiano nel food delivery", aggiunge il manager.

Ma quale futuro ci aspetta? Secondo Scaramuzza il domani è fatto di crescita e opportunità: "Certamente per un certo periodo vi sarà ancora una contrazione, legata al calo dei buoni, ma nel medio termine questi nostri servizi sono lo strumento più adatto per le aziende e per



nell'ultimo anno e mezzo si è estesa in modo significativo trovando il gradimento di oltre il 25% dei nostri clienti, alcuni dei quali oggi decidono di non distribuire neppure le smart card. Questo sia per evitare le esigenze di recapito complicate dallo smart working sia per favorire una spesa senza contatto". Non solo: la Pellegrini SpA, nel corso del 2020 ha affiancato i Comuni con l'erogazione dei buoni spesa per le famiglie in difficoltà economica: attraverso tre tipologie di prodotti come il buono spesa digitale, cartaceo e via App, è stato possibile raggiungere oltre 40.000 famiglie e distribuire più di 700.000 buoni in 27 Comuni.

"Stiamo mettendo a punto un'offerta estesa a favore de-

la collettività di valorizzazione dei collaboratori perché supportano e stimolano consumi indispensabili e virtuosi".

Partendo dal presupposto che, secondo il direttore, quello del buono pasto è un ambito che negli ultimi anni ha ricevuto una buona attenzione da parte del legislatore (il DM122 del 6/2017), si dovrebbe dar corso al decreto attuativo del POS Unico (previsto dalla Legge 120/2020) e cercare di fare qualcosa in più per equilibrare sconti e commissioni verso gli esercenti. Con riferimento agli altri servizi va rilevato che le soluzioni interpretative offerte dall'Agenzia hanno ampliato le prestazioni riconducibili alle misure di welfare aziendale ex art. 51 del TUIR) alla luce di nuovi bisogni generati



DAVIDE SCARAMUZZA,
direttore Divisione Welfare Solutions
Pellegrini SpA

dall'emergenza (per esempio la possibilità di utilizzare il credito welfare per acquisto di strumenti per la DAD). *"Ora sarebbe opportuno consolidare legislativamente con un Testo Unico le prassi già accettate dal mercato, chiarendo senza equivoci le situazioni ancora dubbie di un comparto con una valenza economica sociale di grande rilevanza"*, conclude il manager la sua disamina.

Regolamentare lo smart working

Forte di 700.000 utilizzatori (con uno split che si attesa sul 60% di privati comprese le banche e 40% sulle PA), 110.000 locali contrattualizzati, la quasi totalità (90%) dei buoni in formato elettronico (di cui un 70% rappresentato da card e un 30% dall'app in full digital), la quota di mercato di **Up Day** si attesta oggi attorno al 25% circa.

"Nell'ultimo anno e mezzo, c'è stato un incremento di utilizzo dei fringe benefit, anche in virtù della conferma del raddoppio del tetto di esenzione fiscale da 258,23 a 516,46 euro, secondo il Decreto sostegni 2021", ci dice **Mariacristina Bertolini**, vice presidente e DG dell'emittitore.

"Per quanto riguarda invece i piani di welfare aziendale,

abbiamo visto una concentrazione sui servizi alla persona, il supporto alla scolarizzazione dei figli e la formazione a distanza; sono invece venuti a mancare, a causa dell'impossibilità agli spostamenti e delle chiusure dei locali, i servizi legati al wellness, allo svago e i viaggi".

Facendo un passo indietro, la manager ci spiega che il business aziendale ha risentito soprattutto dell'effetto smart working deregolamentato, che ha tolto a tanti utilizzatori il diritto ad avere il buono pasto e questo ha portato a un calo di fatturato di circa il 20-25% rispetto al pre pandemia. *"Al netto del periodo di smart working emergenziale più che giusto, ora – che per fortuna siamo usciti dalla fase acuta della crisi – c'è bisogno di organizzarsi in maniera sistematica andando a definire strutturalmente i confini del regime di smart working, con i suoi tempi, i suoi oneri ma anche i benefici, con un sano work life balance"*, riprende la DG. Per la quale, del resto, i volumi persi sono stati in gran parte recuperati grazie all'emissione dei buoni alimentari solidali digitali, a supporto di cittadini fragili e famiglie bisognose, che tanti Comuni italiani hanno acquistato durante il picco della crisi pandemica nel 2020: *"Con questo servizio, abbiamo avuto la possibilità di dimostrare che gli emittitori possono fare anche welfare di comunità"*.

Partendo da un equilibrato 50-50 nel 2019, durante la pandemia l'80% dei buoni Up Day era usato nella grande distribuzione: *"Oggi confidiamo che grazie alle attività di marketing che stiamo portando avanti a favore dei piccoli esercenti e anche al diffondersi sempre più veloce di servizi digitali come spesa online e delivery, la quota di spendibilità dei buoni pasto si riattesti al 50-50 del pre crisi"*,



spiega Bertolini. Per la quale la pandemia ha agito come un acceleratore dei processi di fruizione che, in precedenza, erano già presenti in fase embrionale. Mai come in questo momento, digitale e innovazione rappresentano infatti risorse preziose per agevolare la quotidianità, gli scambi e le relazioni del tessuto sociale. Up Day ha risposto a queste mitate esigenze introducendo diversi servizi: ai già citati buoni alimentari solidali digitali, si somma l'App Buoni Pasto – soluzione unica che consente a utilizzatori, clienti e partner di accedere a tutti i servizi Day disponibili, attiva anche per delivery da piattaforme online –, il Buonissimo – il buono pasto esclusivamente elettronico – e, per gli esercenti affiliati, DayMobile Pos, l'App che consente di leggere e validare in pochi e immediati passaggi ogni tipo di buono pasto Day.

"A nostro avviso sono 2 le misure da adottare in questo mercato", riprende la nostra interlocutrice: *"in primis regolamentare in modo preciso l'utilizzo dello smart working. Poi rendere strutturale e costante l'aumento del plafond dei fringe benefit che, come già ribadito, è largamente apprezzato dai lavoratori e può rappresentare un volano per l'economia italiana: come dimostrato infatti dalla ricerca sull'impatto del welfare aziendale che abbiamo svolto nel 2020 con Tecnè, i buoni pasto e i buoni spesa sono preferiti al corrispettivo di contanti in busta paga dall'84,3% dei lavoratori, influenzando positivamente sui consumi e sull'intero sistema economico italiano; ci sono poi vantaggi anche per le aziende, in termini fiscali, in termini di produttività dei dipendenti e infine di miglioramento della reputazione aziendale"*.



MARIACRISTINA BERTOLINI, vice presidente e direttore generale Up Day





ARREDO NEGOZI

COSTAGROUP.NET

COSTAGROUP SRL VIA VALGRAVEGLIA ZAI 19020 RICCÒ DEL GOLFO (SP) ITALY T./F. +39 0187 769309/08 INFO@COSTAGROUP.NET



"IL MERCATO HA AMPI MARGINI DI CRESCITA" PAROLA DI MATTEO ORLANDINI, PRESIDENTE ANSEB

Il mercato dei servizi sostitutivi di buoni pasto valeva oltre 3 miliardi di euro nel 2019; vi operano una decina di operatori qualificati e registrati presso il Ministero dello Sviluppo Economico. **ANSEB**, grazie ai soci storici (Blube, Day, Edenred e Sodexo), con l'85% del mercato è la principale associazione di rappresentanza. Raggruppiamo le società che creano servizi sostitutivi di mensa aziendale per tutelare e promuovere un mercato che, almeno in parte, sottostà ad una regolazione pubblica: il valore dell'esenzione del buono pasto viene stabilito per legge, per esempio. Lavoriamo con Ministeri, Agenzie e Parlamento, così come con le Amministrazioni locali, per far sì che la legalità, la concorrenza, la tutela della salute e il riconoscimento della dignità del lavoratore siano favorite anche attraverso lo strumento del buono pasto. Abbiamo quindi intervistato il neo presidente dell'associazione, **Matteo Orlandini**.



MATTEO ORLANDINI,
presidente ANSEB

Quali sono stati i contraccolpi dovuti alla pandemia e come evolve ora il mercato?

La pandemia ha prima congelato e poi irrobustito il mercato. Lo stop forzato di marzo e aprile 2020 ha fatto perdere l'emissione del 35% dei buoni pasto. Quando, poi, si sono affermate le nuove modalità di organizzazione del lavoro a distanza, le società emittitrici hanno reagito e creato nuovi servizi e nuove modalità per aiutare il lavoratore a costruire una pausa pranzo sana, flessibile e su misura. I buoni pasto sono spesi oggi per office lunch, pranzi sotto casa (il nostro nuovo luogo di lavoro), spese a domicilio. Il mercato evolve verso il digitale e verso il territorio.

Sbilanciamento verso la Gdo durante la pandemia e smart working: come considera questi fenomeni?

Il buono pasto prima dell'emergenza pandemica era usato al 70% nei bar, ristoranti, gastronomie e per il 30% nella grande distribuzione. Durante la crisi degli ultimi due anni, le percentuali si sono ribaltate. Era inevitabile: i pubblici esercizi erano chiusi, la distribuzione organizzata era aperta. Piano piano, torneremo ad un equilibrio. In questo quadro, si è sviluppato il tema del lavoro agile. Lo smartworking non è una minaccia, piuttosto è una provocazione: "non ci interessa dove lavori, ma la qualità del tuo lavoro". E per noi, anche la qualità della tua pausa pranzo. Come ANSEB, pensiamo che questo trend – che in termini assoluti si sta assottigliando, ma che ha portato con sé un grande cambiamento culturale – riguardi anche la pubblica amministrazione.

Il futuro sono i buoni pasto elettronici...

La dicotomia carta-elettronico è vecchia. Ormai parliamo di soluzioni Digital-first: tracciabili, intelligenti e facilmente rendicontabili. Coprono già oggi l'80% delle transazioni dei buoni pasto. Le società emittitrici stanno sfruttando questa dinamica per superare la carta e le soluzioni fisiche. Dentro il trend della ristorazione e del commercio 4.0, nel giro di pochi anni, anche il mercato dei servizi sostitutivi di mensa aziendale assorbirà tutte le vecchie modalità per sviluppare solo soluzioni digitali.

I buoni pasto sono destinati a fare sempre più concorrenza alla ristorazione collettiva?

Non penso. Si va al bar, al ristorante e alla mensa con il buono pasto. Questo avviene già oggi e avverrà sempre di più in futuro. Le società emittitrici vendono un servizio interessante: fanno matching tra imprese che vogliono offrire ai propri dipendenti una bella pausa pranzo ed esercizi convenzionati che vogliono ospitare lavoratori per un buon pranzo. In questo siamo partner con la ristorazione collettiva.

C'è ancora margine di crescita per il buono pasto come (graditissimo) benefit aziendale?

Molto. Sono 100.000 le aziende, enti e amministrazioni che riconoscono i buoni pasto a circa 2,5 milioni di dipendenti: 1,7 nel settore privato, 900.000 in quello pubblico. Se consideriamo i 18 milioni di lavoratori subordinati italiani, il mercato ha ampi margini di crescita. Il nostro must è la contrattualizzazione: coinvolgere i lavoratori, fare con loro accordi e contratti aiuta la stabilità del welfare aziendale e del buono pasto e crea un clima abilitante per soluzioni sempre più attente ai bisogni del lavoratore.

Dona il 5x1000 ad Amani
La tua firma è luce sul futuro
C.F. 97179120155



Ristorando

Ristorando con Amani

Con il tuo 5xmille, i bambini che vivono in strada a Nairobi e Lusaka troveranno casa, protezione e scuola.

Non costa nulla e per noi è un aiuto essenziale, oggi più che mai.

Firma nell'apposito riquadro del 730, della Certificazione Unica (CU) o del Modello Unico e scrivi il codice fiscale di Amani 97179120155



Associazione Amani Onlus
Via Tortona 86, Milano 20144
Tel. 02 4895 1149
segreteria@amaniforafrica.it
www.amaniforafrica.it



Logistica a 5 stelle

Con 9 piattaforme logistiche attive (di cui quattro certificate IFS Logistics), 300 mezzi in movimento, oltre 4.000 referenze e 70.000 viaggi solo nel periodo marzo-maggio 2021, Svat dà un valido contributo alla ripresa post pandemia dei suoi oltre 1.000 clienti

Mettereste un abito di due taglie in più? Riuscireste a entrare in un vestito di due taglie in meno? Sicuramente no, e in Svat lo sappiamo benissimo! Non si possono sbagliare le taglie!

Il servizio logistico è molto complesso: le esigenze di produzione, i lead time, le specifiche di allestimento merce, i vincoli di consegna, il mantenimento della catena del freddo, i servizi accessori, il post-vendita... e molto altro...

Un abito su misura

È un abito che va costruito su misura tenendo in debito conto tutti i singoli elementi, come una sarta molto scrupolosa per confezionare il vestito perfetto. Per questo motivo, per ogni cliente, Svat dedica la massima attenzione alla progettazione del servizio con analisi, professionalità e dedizione. L'ingrediente principale per un buon progetto è il coinvolgimento: la sempre maggiore complessità richiede necessariamente l'interazione tra differenti professionalità per ottenere il massimo in ogni singolo elemento del servizio proposto.

Nella progettazione del servizio, Svat coinvolge tutte le funzioni interessate per analizzare le esigenze dei clienti e proporre la soluzione adatta alle richieste nel rispetto del livello di qualità "Svat" al giusto prezzo. Svat dispone di un team di professionisti e di partner (Operation Trasporti e Magazzino, ICT, Commerciale, Legale, Quality Assurance, Finance, Controlling, Servizi...) con elevata esperienza nel mercato e sempre in grado di rispondere alle esigenze dei clienti. Svolgiamo il nostro lavoro utilizzando 9 piattaforme, di cui 4, certificate IFS Logistics, risultano essere punti nevralgici per i collegamenti su tutto il territorio, anche via mare. I nostri mezzi fanno parte di un parco macchine di circa 300 mezzi in movimento al mese e, da poco, abbiamo cercato di dare un lato più green all'azienda, introducendo un mezzo alimentato a metano, che segna l'introduzione di veicoli alimentati a basso impatto. Una buona soluzione logistica richiede sicuramente l'attenta analisi del flusso (logistico) delle merci: la dislo-

cazione territoriale delle piattaforme, la presenza di flussi logistici di trasferimento e la distribuzione collaudati e con elevati standard qualitativi, ci permettono di individuare la soluzione più adatta anche nelle situazioni più complesse (Multiplant, Diversi Canali di distribuzione, Multitemperatura, etc.).



Uno stile sempre di moda

L'attività logistica non è solo deposito e trasporto di merci; una serie di servizi un tempo accessori è diventata parte fondamentale della logistica: Interfacce Informatiche, Digitalizzazione Documentale, Tracciabilità Temperature, KPI di servizio, Tracciabilità delle spedizioni, etc. Svat dispone delle risorse dedicate per l'analisi di tutti questi servizi, con l'obiettivo di studiare la soluzione più adatta alle specifiche esigenze del cliente. Per questi motivi dall'inizio del 2021 soddisfiamo più di 1.000 clienti, anche occupandoci del ramo Ho.Re.Ca. per il quale abbiamo 6 clienti già acquisiti e 1 in partenza proprio a luglio.

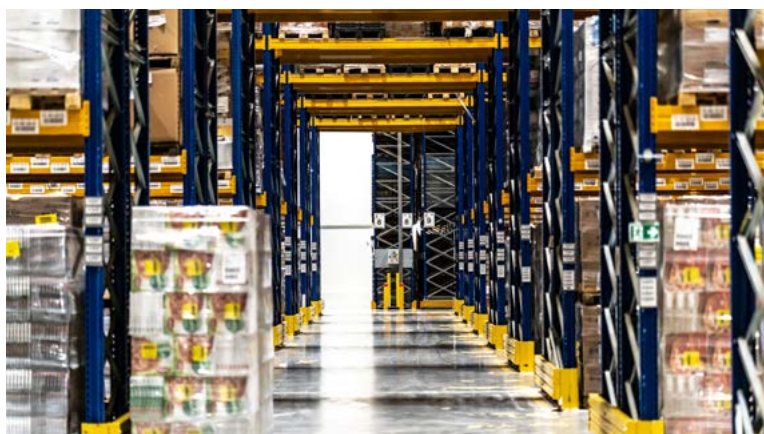
Il nostro principale scopo è di rendere unico l'"abito" con la personalizzazione del servizio, grazie al supporto di Customer Services dedicati. Siamo riusciti negli ultimi due mesi a essere di supporto ai nostri clienti svolgendo più di 70.000 consegne nel periodo di ripresa dalla pandemia (marzo-maggio 2021), facendo viaggiare da inizio anno quasi 4.000 diverse referenze di prodotti stoccati presso e in partenza dai nostri depositi in tutta Italia e in Europa.

Il filo che unisce le funzioni e che permette di progettare e fornire un servizio eccellente è la passione, con uno stile "Svat" che ormai ha oltre 75 anni... ma è sempre di moda, ed è sempre su misura!



SVAT GROUP

Via Piave 12, 37060 Nogarole Rocca (VR) - Tel. +39 045 6394711
info@svatgroup.com - www.svatgroup.com



A difesa dell'ambiente



Economia circolare, RAEE e mercato dell'usato. Normative e tematiche connesse fra loro, tradotte in uno studio promosso da Efcem rivolto al comparto dell'HO.RE.CA

di C. Lovisatti

Economia circolare

Nell'Economia circolare sono comprese tutte le norme ed i suggerimenti promossi dalla UE per favorire la riduzione dell'impatto ambientale nel ciclo di produzione e utilizzo delle apparecchiature, dalla loro progettazione sino al riutilizzo delle materie prime. Argomento tanto interessante e complesso quanto poco noto sul quale comunque molto si giocherà in prospettiva sul piano della difesa dell'ambiente. Un primo quadro di sintesi della situazione relativamente al comparto HO.RE.CA è raccolto nello studio promosso da Efcem Italia riportato di seguito.

A proposito di RAEE

Oltre 15 anni orsono entrò in vigore a livello europeo la normativa mirante alla gestione delle apparecchiature ed utensili elettrici ed elettronici giunti alla fine del loro



ciclo operativo, nota in Italia come direttiva RAEE (Rifiuti di Attrezzature Elettriche ed Elettroniche). Lo spirito della norma era, ed è, quello di garantire la gestione di questa

fase del processo sotto la responsabilità primaria dei produttori degli apparecchi che

debbono farsi carico dell'organizzazione del processo di



gestione dei prodotti giunti a fine vita, sia dal punto di vista economico che operativo, tramite appositi consorzi, e con condivisione della responsabilità con tutti gli attori della filiera, ciascuno per quanto di competenza. I consorzi sono delegati dai produttori al ritiro ed all'invio dei prodotti ai centri di trattamento presenti sul territorio per la loro trasformazione in materia prima da riutilizzare. In questo processo viene richiesto un comportamento "virtuoso" a tutta la filiera ed in particolare agli utilizzatori finali. La normativa, inizialmente limitata ad alcune specifiche tipologie di prodotto, oggi comprende praticamente tutte le apparecchiature connesse alle reti elettriche. Allo stato attuale i risultati di raccolta e smaltimento conseguiti in Italia sono, nella loro globalità, in continuo miglioramento rispetto le indicazioni e gli obiettivi dell'Unione Europea. Per chi volesse approfondire il tema, suggerisco il sito www.cdcaee.it dove si possono reperire tutte le statistiche e le attività dei Consorzi RAEE operanti in Italia.

Il settore delle attrezzature professionali per la ristorazione è solo in parte coinvolto in questo processo, ne sono, ad esempio, escluse le attrezzature funzionanti esclusivamente a gas e tutto il mondo della preparazione (tavoli, lavelli, pensili, scaffalature), ma sotto il profilo operativo risulta spesso difficile per gli operatori effettuare selezioni a monte e seguire percorsi differenziati. Per fare il punto della situa-

zione e mancando dati statistici specifici, EFCEM Italia ha promosso un'indagine realizzata con la collaborazione di ASSOGLI ed ASSOFRIGORISTI per poter tracciare un profilo qualitativo e quantitativo della situazione sul territorio nazionale. Le prime risultanze mostrano un quadro chiaramente ancora in fase evolutiva sia sotto il profilo delle conoscenze e degli adempimenti che sotto quello operativo.

Riportiamo una sintesi di alcune delle risultanze che possono dare una visione d'insieme della situazione odierna:

1. In fase di vendita di un prodotto nuovo, il produttore nel fornire i riferimenti operativi per il suo smaltimento a fine vita si avvale in alcuni casi della possibilità di indicare in fattura i costi sostenuti per la gestione dei RAEE.

2. In occasione della vendita di un nuovo prodotto il venditore ritira l'eventuale prodotto e provvede al suo smaltimento. All'atto pratico, la maggioranza dei prodotti viene ritirata come prodotto usato e non come RAEE.

3. Per lo smaltimento dei RAEE vengono utilizzati sia il percorso delle piazzole comunali sia quello del conferimento ai centri di trattamento. Molto limitato ancora oggi l'utilizzo di centri indicati dal produttore.

4. Infine una nota sulle procedure relative ai prodotti reimmessi sul mercato: una parte, dopo opportuna pulizia, viene

EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione Confindindustriale che, in seno ad APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità rappresentando i comparti della cottura, lavaggio e refrigerazione per tutte le linee di prodotto che vanno dalla conservazione degli alimenti alla loro lavorazione, alla cottura ed alla loro distribuzione, al lavaggio delle stoviglie ed al lavaggio e trattamento della biancheria. Un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno. L'Associazione rappresenta il settore italiano nell'ambito di EFCEM - European Federation of Catering Equipment Manufacturers.

reimpresso sul mercato senza subire alcun intervento, la maggior parte viene revisionato e rivenduto come usato od utilizzato per il recupero di componenti.

La situazione appare oggi ancorata a comportamenti fortemente consolidati ma che hanno solo parzialmente metabolizzato le corrette prassi operative, in sintesi:

- complice una partenza abbastanza confusa della regolamentazione specifica per il comparto, si ha una modesta conoscenza della normativa. L'impegno costante delle associazioni coinvolte sta comunque consentendo

una rapida crescita culturale dell'intera filiera che sicuramente darà risposte adeguate su questo fronte.

- recupero di materiali "pregiati": le attrezzature di cucina sono realizzate con un ampio utilizzo di acciai inossidabili ed altri metalli che trovano un mercato economicamente interessante, tuttavia, nel caso dei RAEE, non sempre viene svolto all'interno del circuito ufficiale di raccolta e trattamento. Il mero recupero dei metalli può apparire rapido





ed economico ed in linea con i principi dell'economia circolare, ma se si tratta di RAEE, tale flusso deve essere gestito tramite gli operatori dedicati, a salvaguardia dell'ambiente e rendicontato, per contribuire alla corretta contabilizzazione della raccolta dei RAEE

- riutilizzo di componenti: anche in questo settore, sia pure con intensità estremamente minore, esiste un utilizzo di attrezzature dismesse per recuperare componentistica funzionale non più disponibile o troppo costosa. Percorso già più critico per le evidenti implicazioni in termini di sicurezza e garanzia.

- mercato dell'usato: rappresenta, a volumi, una quota significativa del mercato nazionale stimabile intorno al 5%. La distribuzione avviene essen-

L'ECONOMIA CIRCOLARE, UNA SFIDA DI FILIERA

L'Economia circolare è un modello di produzione e consumo in grado di rigenerarsi da solo, sfruttando fonti biologiche e tecniche disponibili e garantendo l'ecosostenibilità. Il passaggio dall'economia lineare a quello circolare è un processo complesso che necessita l'impegno dei diversi attori che, per quanto di propria competenza lungo la filiera, sono chiamati a giocare al meglio il proprio ruolo, a partire da design e produzione, passando per l'utilizzo e il consumo e concludendo con il recupero del valore.

La Commissione europea ha presentato nel 2015 un primo Piano d'Azione sull'Economia circolare, che ha portato alla revisione di alcune direttive sui rifiuti, e un secondo Piano d'azione a marzo 2020, recentemente adottato dal Parlamento UE. Gli Stati membri in tale contesto sono impegnati a stabilire misure legislative per la prevenzione dei rifiuti e volte a incoraggiare una progettazione e una produzione che ottimizzino l'uso efficiente delle risorse al fine di ottenere apparecchi durevoli, riparabili, riutilizzabili e realizzati con poche materie prime, prive di sostanze nocive. In Italia le direttive europee del "Waste package" sono state recepite in gran parte mediante modifiche al D.Lgs 152/2006 "Codice Ambiente", che introducono ad esempio i requisiti generali minimi per i regimi di responsabilità estesa del produttore per i flussi di rifiuti, in cui il sistema di gestione dei RAEE (rifiuti da apparecchiature elettrotecniche ed elettroniche) è stato un precursore. Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza prevede inoltre la definizione di una strategia nazionale in materia di economia circolare.

Gli enti normatori europei sono impegnati sul fronte dell'economia circolare e hanno finalizzato un primo importante set di norme, su mandato della Commissione UE, in tema di efficienza dei materiali a sostegno della direttiva ecodesign per i prodotti connessi all'energia, che fanno chiarezza sui concetti di base per l'economia circolare (durabilità, riparabilità, riciclabilità, remanufacturing, preparazione per il riutilizzo, trattamento RAEE ecc.).

La direttiva Ecodesign al momento ha visto attuazione, per il settore HO.RE.CA., per gli apparecchi professionali del freddo (armadi frigoriferi/congelatori professionali: Regolamento 1094/2015/UE) costituendo un importante passo verso le circolarità di tali apparecchiature.

L'impegno dei produttori per la sostenibilità è rivolto innanzitutto alla progettazione di apparecchi sempre più efficienti per i consumi di energia e risorse (materiale, acqua, detersivi), durevoli, riparabili, privi per quanto possibile di sostanze nocive e volti a ridurre gli sprechi alimentari. Tali apparecchi garantiscono al contempo all'utilizzatore professionale ambienti di vita più sicuri, confortevoli, sani, e bollette più contenute. L'interconnessione degli apparecchi aiuterà inoltre la gestione di domanda e offerta di energia disponibile, contribuendo a migliorare la sostenibilità.





zialmente tramite due canali, quello internet, dove sono facilmente reperibili attrezzature usate - in prevalenza costituite da tavole - e quello certamente meno visibile, ma probabilmente maggioritario, dei centri di assistenza tecnica. Centri che, come abbiamo già evidenziato, raccolgono e selezionano le attrezzature ritirate in fase di sostituzione o rifacimento impianti. Potremmo quindi parlare di un circuito virtuoso e coerente con le linee guida dell'economia circolare se, tuttavia non emergessero problematiche significative nel rispettare quanto previsto dalla normativa.

Come indicato nella Blu Guide della Commissione UE (COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE La guida blu all'attuazione della normativa UE sui prodotti 2016 - 2016/C 272/01): "Quando vengono messi a disposizione sul mercato, i pro-

dotti devono essere conformi alla normativa di armonizzazione dell'Unione applicabile al momento dell'immissione sul mercato". Di conseguenza, i prodotti nuovi fabbricati nell'Unione e tutti i prodotti importati da paesi terzi — nuovi o usati — devono rispettare le disposizioni della normativa di armonizzazione dell'Unione applicabile quando vengono immessi sul mercato, ossia quando vengono messi a disposizione per la prima volta sul mercato dell'UE. Una volta immessi sul mercato, i prodotti conformi possono essere messi a disposizione lungo la catena della distribuzione senza ulteriori considerazioni, anche in caso di revisioni della legislazione applicabile o delle norme armonizzate pertinenti,

salvo altrimenti disposto dalla legislazione. In altre parole, il prodotto usato immesso sul mercato deve rispettare disposizioni di sicurezza coerenti con quelle relative alla prima immissione sul mercato e deve essere accompagnato da tutta la relativa documentazione, in linea anche con quanto stabilito dal Codice del Consumo. In un momento assolutamente difficile per tutto il mondo della ristorazione, accedere al mercato dell'usato può certamente essere una opportunità da considerare. Tuttavia, a mio parere, è utile anche che, il prodotto acquistato si accompagni da:

- fattura originale di vendita del

prodotto nuovo da cui dedurre gli anni di utilizzo e la presenza di eventuali garanzie aggiuntive o piani di manutenzione programmata.

- dichiarazione del venditore degli eventuali interventi di ricondizionamento o manutenzione eseguiti che tutelino l'acquirente sotto il profilo della sicurezza.

È necessario ricordare che, eventuali danni difficilmente potranno essere coperti dal produttore se il prodotto è stato oggetto di interventi con l'utilizzo di ricambi non originali.

- garanzia minima di 12 mesi, etichetta "prodotto ricondizionato", nonché estremi del soggetto che ha effettuato l'intervento, come previsto dalla legislazione.

Non dimentichiamo infine che la tecnologia ha subito negli ultimi anni una notevole accelerazione, per cui, l'acquisto di un prodotto usato anche in ottime condizioni ma "datato", comporta un livello prestazionale sicuramente più ridotto ed un consumo energetico nettamente superiore rispetto a quello che oggi viene garantito dalle ultime generazioni di prodotti proposti al mercato. È opportuno inserire anche questa riflessione in fase di decisione per l'acquisto.





GRUPPO MARR
MARR
 dove c'è ristorazione

DIETRO UN GRANDE CHEF C'È SEMPRE UN GRANDE PARTNER

myMARR, LA NUOVA APP
 che ti permette di essere sempre in contatto
 con il mondo MARR.

SCARICA ORA!



IL MEGLIO DELLE ECCELLENZE LOCALI

con Della Nostra Terra, una selezione
 approfondita di prodotti tipici e specialità.



Prodotti DOP



Prodotti IGP



Prodotti PAT



MARR SpA - via Spagna 20 - 47921 Rimini, tel. +39 0541746111 - marr@marr.it - www.marr.it

* Per informazioni sulla sostenibilità di MARR è possibile consultare il sito www.marr.it alla sezione Sostenibilità


 GRUPPO CREMONINI

MOCA: tutele per i consumatori e ricadute ambientali

Il rilevante ricorso a contenitori monouso, dettato dall'emergenza sanitaria, ha riaccessi i riflettori sul quadro normativo relativo ai materiali a contatto con alimenti. Facciamo il punto

di Emilia Guberti



La sicurezza degli alimenti è condizionata anche da oggetti e materiali con cui vengono a contatto durante le diverse fasi di produzione, trasformazione, conservazione, preparazione e somministrazione. Tali materiali e oggetti sono denominati MOCA e comprendono contenitori per il trasporto, macchinari per la trasformazione dei prodotti alimentari, materiali da imballaggio, utensili da cucina, posate, stoviglie. I MOCA dovrebbero essere sufficientemente inerti da

evitare che i loro componenti incidano negativamente sulla salute del consumatore o influenzino la qualità degli alimenti. Per garantire la sicurezza e favorire la libera circolazione delle merci, nell'Unione europea (UE) sono in vigore una serie di norme e forme di controllo. Le leggi dell'UE prevedono regole vincolanti che gli operatori economici sono tenuti a rispettare, possono valere per tutti i MOCA, oppure applicarsi soltanto a specifici materiali. Le norme dell'UE possono essere

integrate dalla normativa nazionale degli Stati membri, in assenza di norme UE specifiche.

Legislazione generale dell'Unione Europea

Il regolamento (CE) n. 1935/2004 impone che i MOCA:

- non rilascino loro componenti negli alimenti in quantità tali da mettere in pericolo la salute umana;
- non comportino una modifica inaccettabile nella composizione,

nel gusto e nell'odore degli alimenti. Inoltre, il quadro normativo prevede:

- regole speciali per i materiali attivi e intelligenti (non sono concepiti per essere inerti);
- la possibilità di adottare misure UE aggiuntive per specifici materiali (ad esempio la plastica);
- la procedura per eseguire le valutazioni di sicurezza delle sostanze utilizzate nella fabbricazione di MOCA, che coinvolgono l'Autorità europea per la sicurezza alimentare;

- regole sull'etichettatura, comprendenti un'indicazione circa il loro impiego (ad es. come macchina da caffè, bottiglia da vino, cucchiaino da minestra), oppure tramite riproduzione del simbolo;
- la documentazione per dimostrare la conformità e la rintracciabilità.

Il regolamento (CE) n. 2023/2006 garantisce la costante conformità ai requisiti previsti per la fabbricazione di MOCA, tramite:

- sedi adeguate allo scopo e personale consapevole delle fasi critiche della produzione;
- sistemi documentati di assicurazione della qualità e di controllo della qualità sempre presenti nelle sedi;
- scelta di idonei materiali di partenza per il processo di fabbricazione, tenendo conto della sicurezza e dell'inerzia degli articoli finiti.

Legislazione UE su specifici materiali e sostanze

Oltre alla legislazione generale, alcuni MOCA – materiali ceramici, pellicola di cellulosa rigenerata, plastica (compresa la plastica riciclata), così come i materiali attivi e intelligenti, sono trattati in specifiche misure dell'UE. Esistono anche altre norme specifiche su alcune sostanze di partenza utilizzate per produrre MOCA.

In ambito europeo la misura più completa è il **regolamento (UE) n. 10/2011 sui materiali e gli oggetti di plastica**, che descrive le norme sulla composizione di MOCA di plastica, compresa l'istituzione di un elenco dell'Unione di sostanze autorizzate nella fabbricazione di MOCA di plastica. Il regolamento assegna un numero di identificazione unico per ogni sostanza.

Il regolamento 10/2011 detta le norme per verificare la conformità dei materiali plastici e le specifiche così come le restrizioni di impiego di tali sostanze, tra cui limiti di migrazione, che specificano la quantità massima consen-

tita di migrazione delle sostanze negli alimenti. La migrazione totale delle sostanze da una plastica a un alimento non può superare 60 mg/kg di alimento.

L'intento di fare il miglior uso possibile delle risorse ha reso sempre più frequente la questione del riciclo nella fabbricazione. Pertanto, il regolamento (CE) n. 282/2008 fissa le **norme relative alla plastica riciclata**, dato che potrebbe essere contaminata con sostanze sconosciute.

Fra i MOCA sono previsti anche i materiali attivi e intelligenti che prolungano la durata di conservazione, mantenendo o migliorando le condizioni degli alimenti confezionati, rilasciando o assorbendo sostanze rispetto agli alimenti o al loro ambiente circostante. Di conseguenza, sono esentati dalla norma generale sull'inerzia, prevista dal regolamento (CE) n. 1935/2004. Ad essi si applica il regolamento (CE) n. 450/2009, che ne tratta le specificità ad esempio:

- l'assorbimento di sostanze dall'interno del confezionamento alimentare, come liquido e ossigeno;
- il rilascio di sostanze negli alimenti, ad esempio conservanti;
- l'indicazione della scadenza dell'alimento attraverso il rilascio di sostanze che provocano un'alterazione di colore in base alla durata e temperatura di conservazione.

La norma prevede la redazione di un elenco dell'Unione di sostan-



ze consentite nella fabbricazione di materiali attivi e intelligenti. Il compito di valutare le sostanze destinate all'impiego nei materiali a contatto con gli alimenti come pure quello di svolgere valutazioni supplementari del rischio in relazione a tali materiali è svolto da un gruppo di esperti scientifici (gruppo CEP) dell'Agenzia Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) che valutano le informazioni e dei dati scientifici presentati dai soggetti che richiedono una valutazione. L'EFSA ha pubblicato una guida alla presentazione delle richieste di valutazione della sicurezza dei MOCA e ha, inoltre, sviluppato specifiche linee guida per le richieste di valutazione di imballaggi attivi e intelligenti nonché di processi per il riciclo di plastiche impiegate nei materiali a contatto con gli alimenti che trovate a questo link: <https://www.efsa.europa.eu/it/topics/topic/food-contact-materials>.

[efsa.europa.eu/it/topics/topic/food-contact-materials](https://www.efsa.europa.eu/it/topics/topic/food-contact-materials).

Lo scorso marzo EFSA ed European Chemicals Agency (ECHA) hanno pubblicato un documento congiunto in cui si mettono a confronto le rispettive valutazioni effettuate sui composti dell'argento impiegati come principi attivi biocidi nei MOCA consultabile a questo link:

<https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/2021-02/joint-efsa-echa-comparison-evaluations-performed-silver-compounds-biocidal-active-substances-fcm.pdf>

Il documento fornisce:

1. una disamina delle valutazioni condotte dalle due agenzie su tali sostanze ai sensi della legislazione in materia quale: il regolamento sui biocidi (UE) n. 528/2012 e il regolamento (CE) n. 1935/2004;
2. conclusioni comuni ECHA-EFSA alla luce dell'allineamento delle valutazioni scientifiche di ciascuna, tenuto conto dei rispettivi quadri normativi in cui le due agenzie operano.

La legge dell'UE sui MOCA può essere integrata dalla normativa nazionale degli Stati membri, qualora non esistano norme UE specifiche.

In Italia sin dalla seconda metà del secolo scorso sono numerose le norme e disposizioni inerenti i materiali a contatto con alimenti che, più recentemente, hanno completato le disposizioni UE. (Vedi: <https://www.salute>.



gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?id=1173&area=sicurezzaAlimentare&menu=chimica).

Ha suscitato interesse e qualche preoccupazione fra gli operatori del settore alimentare, la recente pubblicazione delle Linee guida della Commissione UE sui prodotti di plastica monouso (https://ec.europa.eu/environment/pdf/plastics/guidelines_single-use_plastics_products.pdf).

Ai sensi della Direttiva (UE) 2019/904 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 5 giugno 2019, relativa alla riduzione dell'impatto di determinati prodotti di plastica sull'ambiente che gli Stati membri sono tenuti a recepire entro il 3 luglio 2021 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0904>).

Il focus delle linee guida della Commissione UE è su cosa debba essere considerato un prodotto di plastica monouso ai fini della direttiva dettagliato in un elenco comprensivo in larga parte di prodotti collegati al consumo alimentare :

- Contenitori alimentari: con capacità fino a tre litri, compresi i relativi tappi e coperchi;
- Contenitori per bevande in polistirene espanso, compresi i relativi tappi e coperchi;
- Bottiglie per bevande con capacità fino a tre litri, compresi i loro tappi e coperchi;
- Agitatori per bevande;
- Bicchieri per bevande;
- Bicchieri per bevande in polistirolo espanso, compresi i relativi coperchi e coperchi;
- Bicchieri per bevande, compresi i relativi coperchi e coperchi;
- Posate (forchette, coltelli, cucchiari, bacchette);
- Piatti;
- Contenitori per alimenti;
- Contenitori per alimenti realizzati in polistirene espanso;
- Cannucce

Secondo gli estensori "il contenuto, inclusi gli esempi, riflette le opinioni della Commissione Europea e come tale non è giuridicamente vincolante. L'interpretazione vincolante della normati-



va comunitaria è di competenza esclusiva della Corte di giustizia dell'Unione europea".

Inoltre, anche in considerazione della pandemia di coronavirus, si osserva che l'articolo 11 della Direttiva (UE) 2019/904 richiede che le misure di recepimento e di attuazione della Riduzione del consumo (art.4: ottenere nel 2026 una riduzione quantificabile rispetto al 2022) e la Raccolta differenziata per il riciclaggio (art 9: recupero del 77% in peso entro il 2025 e del 90% in peso nel 2029 dei prodotti monouso immessi sul mercato) siano conformi alla normativa alimentare dell'Unione per garantire che l'igiene e la sicurezza degli alimenti non siano compromesse. Inoltre il considerando 14 della Direttiva richiede che le misure non compromettano le buone pratiche igieniche e di fabbricazione, né l'informazione dei consumatori.

Lo scorso 19 maggio Corepla (il Consorzio Nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica) ha comunicato che in Italia nel 2020 a fronte di un'immissione sul mercato di imballaggi di plastica stimato di 20.198 chilotonnellate, che ha visto una flessione del 5% rispetto al 2019, la raccolta differenziata degli imballaggi in plastica è cresciuta del 4% rispetto al 2019 con 1.433.203 tonnellate ed un valore medio annuo pro capite di 23,7 kg, significativa di una più spiccata sensibilità al corretto conferimento di questo tipo di rifiuto nel Paese. Più complesso resta l'obiettivo di riduzione dell'utilizzo che deve misurarsi anche col maggiore impiego di materiali monouso imposti dalla pandemia di COVID-19. Infine, a un paio di settimane dalla scadenza del 3 luglio, viene annunciato il parziale ripensamento dell'Ue

sulla direttiva plastica monouso. A seguito di svariate pressioni, anche da parte italiana, l'Ue ha deciso di ripensare le linee guida alla direttiva SUP apportando dei correttivi, ancora in fase di definizione. È quanto emerso da alcune interviste rilasciate dal ministro della Transizione ecologica Roberto Cingolani secondo il quale "L'accordo - con la presidenza della Commissione UE - è che si continueranno a rivedere le linee guida in funzione delle nuove soluzioni tecnologiche". Inoltre, sempre secondo quanto dichiarato dal ministro, i prodotti a composizione mista (già previsti nel campo di applicazione della direttiva SUP) con una percentuale di plastica considerata "accettabile" come nel caso di un bicchiere o un piatto per il 90% carta ed il restante 10% plastica, sarebbero commercializzabili. Una soluzione gradita al mondo produttivo, l'Italia è il principale produttore europeo di bicchieri e stoviglie di carta per la ristorazione veloce con il 35% del mercato. Resta la preoccupazione delle associazioni ambientaliste per la ricaduta a livello ambientale, degli 8 milioni di tonnellate di rifiuti di abbandonati sulle spiagge a livello mondiale il 3,1% sono piatti e bicchieri, il 17,3% gli imballaggi alimentari, il 17,1% cannucce, il 9,2% posate. Un dato che chiama fortemente in causa anche la responsabilità dei consumatori.

Se ne parlerà il prossimo 7 settembre in occasione di un webinar ad hoc organizzato da Ristorando.



40 anni al servizio della ristorazione

Dal primo forno combinato a gas al Kitchen Triathlon, un nuovo modo di intendere la cucina. Questo il contributo di Lainox al futuro della ristorazione moderna

Lainox saluta il 2021 celebrando 40 anni di attività e lanciando uno dei più moderni "combi" in circolazione il Naboo Boosted.

L'azienda comincia a produrre forni professionali nel 1981 e fin da subito si distingue per un'alta propensione all'innovazione. In altre parole, possiamo dire che Lainox ha contribuito in maniera sostanziale allo sviluppo tecnologico del forno professionale. "Per esempio, ci dice Marco Ferroni Executive Director Lainox è stata l'azienda che ha inventato il primo forno combinato a gas, ed è stata l'azienda che ha inventato, nel 1991, il sistema di controllo dell'umidità all'interno di una camera di cottura (autoclima)". Nel 2001 è stata la prima azienda ad applicare un sistema scroller ad un forno combinato. Nel 2006 di nuovo la prima azienda ad applicare un'interfaccia touch screen.

"Più recentemente, nel 2013 ha imposto un nuovo standard nel mondo delle attrezzature professionali di cucina, collegando, per la prima volta, un'apparecchiatura di cottura professionale ad un sistema cloud (brevettato da Lainox) ampliando notevolmente le potenzialità di utilizzo dei forni combinati". Se pensate che oggi la quasi totalità di attrezzature in commercio sono dotate di connettività potrete meglio comprendere lo spirito pionieristico che da sempre guida l'azienda del Gruppo Ali. "Tornando alla nostra storia, prosegue Ferroni,



nel 2017 abbiamo lanciato sul mercato Nabook, ovvero la digitalizzazione della cucina. Un vero sistema gestionale collegato alle apparecchiature in cucina. Negli ultimi anni Lainox ha anche sviluppato abbattitori multifunzione Neo e forni a cottura accelerata Oracle".

L'emergenza sanitaria che fortunatamente sembra oggi allentare la sua presa, ha generato un'accelerazione su alcuni aspetti legati al comparto della ristorazione moderna mettendo in discussione l'organizzazione del lavoro nelle cucine dei ristoranti.

Pensiamo al delivery ma anche all'esigenza sempre più imperante di aumentare la produttività e ridurre la forza lavoro. Due obiettivi raggiungibili solo mettendo mano alle tecniche di preparazione e cottura degli alimenti e al flusso del lavoro. La rivoluzione dei consumi e del modo di fare ristorazione ha portato Lainox a lanciare recentemente un nuovo concetto di cucina chiamato Kitchen Triathlon. Il Kitchen Triathlon si contrappone in maniera decisa alle cucine tradizionali proprio per poter essere in grado di rispondere alle esigenze della

ristorazione contemporanea.

"Il Kitchen Triathlon dice Ferroni, è formato da 3 elementi: il nuovo Naboo Boosted che abbiamo definito il miglior combi di sempre di casa Lainox, Neo il nostro abbattitore multifunzione ed Oracle il forno a cottura accelerata ideato da Lainox, tutti e tre dotati di tecnologia Wi-fi e collegati a Nabook, il sistema cloud di Lainox per la gestione 4.0 della cucina. Tutto questo permette ai nostri clienti di recuperare il 50% dell'investimento attraverso il piano industria 4.0.

Chi decide di passare al Kitchen

Triathlon decide di accelerare in modo deciso la modernizzazione della propria cucina, in termini di flessibilità, efficienza, qualità, ma soprattutto redditività, un esempio: trasformare la cucina di un ristorante tradizionale in una 'dark kitchen' aperta 24h sarà un'operazione facile con costi di gestione molto bassi e redditività molto interessante".

Non solo performance

Ma quali sono gli elementi chiave con cui Lainox interpreta la necessità di coniugare produttività, risparmio energetico e sostenibilità ambientale?

"Credo che la risposta alla sua domanda sostiene Ferroni sia Naboo Boosted il nuovo forno combinato di Lainox. Naboo Boosted non è un semplice restyling o un semplice miglioramento di un prodotto esistente ma con Naboo Boosted abbiamo voluto mettere in discussione tutte le nostre certezze e convinzioni spingendoci a superare tutti i nostri limiti precedenti. Non a caso il pay off del Naboo Boosted è 'oltre ogni limite'. Andando più sul tecnico Naboo Boosted è molto più potente e veloce rispetto ai modelli precedenti e rispetto agli standard conosciuti sul mercato. Abbiamo aumentato la potenza fino al 20% in più per raggiungere temperature mai viste prima in un forno combinato. Infatti, Naboo Boosted può raggiungere fino a 320° nella fase di preriscaldamento. Può cuocere un pieno carico di broccoli in soli 7 minuti e un pieno carico di polli allo spiedo in soli 30 minuti questo solo per darvi un'idea delle performance del nuovo Naboo Boosted.

Naboo Boosted è molto più efficiente rispetto ai modelli precedenti, infatti grazie al nuovo sistema di lavaggio vapor cleaning system, riduce i consumi di detergente fino al 30% e, grazie al nuovo sistema di erogazione dell'energia, intelligent energy system, consuma in media il 16% in meno rispetto ai modelli pre-

cedenti, quindi in poche parole siamo riusciti a combinare efficienza e potenza.

Naboo Boosted è anche intelligente, infatti è dotato di una funzione esclusiva chiamata Naboo Coach, un vero e proprio assistente virtuale che ti consiglia nelle fasi di cottura, che ti suggerisce il lavaggio più opportuno da fare o addirittura ti avvisa quando è necessario fare una manutenzione o quando è necessario l'intervento di un centro di assistenza. Naboo Boosted ingombra fino al 15% in meno rispetto ai modelli precedenti permettendo così di entrare dove gli altri non entrano.

Essendo stati pionieri nella connessione non potevamo non dotare Naboo Boosted di una connessione WiFi di serie collegata al sistema Cloud Nabook (brevettato), il sistema cloud più avanzato del mercato che offre benefici unici sia al cliente singolo che alla grande catena di ristorazione.

Tutti i componenti scelti per Naboo sono certificati long life component, una certificazione interna di Lainox che sottopone i componenti a stress test di lunga

durata, rendendo Naboo molto robusto".

Oggi più che mai i servizi pre e post vendita giocano un ruolo essenziale nella soddisfazione dei clienti, e anche su questo fronte Lainox ha molte carte da giocare.

In fase di prevendita l'azienda organizza sia dal vivo che in digitale una serie di eventi denominati "Kitchen Triathlon" dove il cliente oltre a comprendere il funzionamento di un forno può comprendere anche quello di un sistema innovativo e capire come calarlo poi nella propria realtà. "In pratica dice Ferroni, non cerchiamo solo di promuovere la vendita di un'attrezzatura, ma volgiamo avere l'ambizione di ispirare i nostri clienti al miglioramento della loro attività. Sempre nella fase di prevendita mettiamo a disposizione un configuratore on line dove il futuro cliente Lainox può giocare a crearsi il suo Kitchen Triathlon personalizzato valutando anche il costo dell'investimento.

Nella fase di post-vendita, ogni cliente viene affidato ad uno dei nostri Lainox Service Center cioè centri di assistenza formati e cer-

tificati da Lainox per garantire un'installazione, e un servizio tecnico d'eccellenza per tutta la durata della vita del prodotto, sia in garanzia che fuori garanzia.

Una volta installate le attrezzature



MARCO FERRONI,
Executive Director

si concorda un appuntamento con uno dei nostri numerosi Chef presenti su tutto il territorio italiano per fare una formazione approfondita all'utilizzo della nostra tecnologia. Inoltre, come spiegavo in precedenza, le nostre machine sono dotate di Wi-Fi e quindi si possono connettere a Nabook un portale completamente gratuito che permette di trasformare la propria cucina in una cucina 4.0 offrendo numerosi vantaggi, come la possibilità scaricare dal portale centinaia di ricette complete di ingredienti, procedimento e fasi di cottura per trarre ispirazione per i propri menu".



LAINOX IN PILLOLE

Data di nascita: 1981

Giro d'affari 2019 euro: 2.2 Mld €

(fatturato complessivo Ali Group)

Parco macchine installato (unità): 25.000 (circa)

Numero dipendenti: 200

Percentuale export: 75%

La formula **del successo**

Con 13 opening nell'anno nero della pandemia e una previsione di 40 per quest'anno, Alice Pizza è uno dei format che ha saputo reagire meglio alla crisi. Grazie a una formula che punta su prossimità, digitale e delivery fatto "in casa"

di M.L.Andreis

Con 2.000 persone impiegate in 180 pizzerie (4 sono all'estero) di cui 52 in conduzione diretta, uno scontrino medio che oscilla tra i 7,50 e gli 8,50 euro in store e che con delivery e take away si alza fino ad arrivare a 30 euro per acquisto, 60 diverse pizze in teglia in menu che variano tutto l'anno e un patrimonio di varianti che arriva a 100, **Alice Pizza** è, a tutti gli effetti, un big della ristorazione italiana. Il format nasce a Roma ormai 30 anni fa. Da piccola pizzeria di quartiere, diventa un riferimento per la pizza al taglio dell'Urbe. Grazie alla visione imprenditoriale del fondatore **Domenico Giovannini**, si punta molto sull'espansione, grazie a una rete di franchising che porterà Alice alla notorietà. Oggi lo sviluppo diretto è parallelo a quello in franchising. E Alice ha superato da tempo il con-



CLAUDIO BAITELLI,
AD Alice Pizza

fine di Roma per diventare il più grande marchio italiano di pizza. Il prodotto è contraddistinto non solo da fattori riconoscibili, come la leggerezza, la digeribilità e la qualità estetica, ma anche da fattori intrinseci, come il gusto e il piacere associato all'esperienza di scegliere la pizza e mangiarla in compagnia, in qualsiasi momento della giornata.

Il marchio è stato poi acquisito nel 2019 dal fondo d'investimento **IDea Taste of Italy**, che si occupa dello sviluppo nazionale con il suo amministratore delegato **Claudio Baitelli**. Proprio al manager abbiamo rivolto qualche

domanda sulla scia della ripresa in atto, che Alice cavalca appieno, pur non avendo rinunciato ad aprire le sue pizzerie neppure durante la pandemia.

Anche nell'anno peggiore per la ristorazione non avete rinunciato ad aprire nuove pizzerie...

Proprio così: nel 2020 abbiamo inaugurato 13 location, pur avendo avuto a disposizione pochissimi mesi di "agibilità", al netto dei lockdown.

Una performance eccezionale: e quest'anno?

Nel 2021 saranno oltre 40 le opening. Puntavamo a 30, ma riuscire-

mo a migliorare il nostro risultato. Di questi 40 pdv, prevediamo che almeno 27 saranno a gestione diretta, e il restante in franchising. Siamo felici di arrivare in nuove regioni, come la Puglia, la Sicilia e il Friuli Venezia Giulia. E con grande orgoglio anche in nuove città, come Siena, Bergamo e Verona. Nel frattempo, guardiamo a Milano con un occhio sempre attento: qui l'accoglienza per il nostro prodotto è stata davvero calorosa e abbiamo capito che possiamo fare molto di più per la città meneghina e per i suoi quartieri.

Come state uscendo quindi dalla pandemia?

Mantenendo costantemente un focus importante sulla qualità del prodotto e portando avanti il nostro progetto di sviluppo, concentrandolo in prevalenza sui quartieri e in via residuale sui centri commerciali. Saremo presenti sempre di più nel Nord Italia, dove stiamo lavorando per diffondere la cultura della pizza al taglio. Stiamo inoltre facendo una massiccia campagna di assunzione e formazione di nuove risorse a sostegno dello sviluppo. Abbiamo lavorato fortemente sui canali digitali, per migliorare l'offerta, investiremo ancora molto su questo.

Quale ruolo hanno assunto take away e delivery nell'ultimo anno e mezzo? Come è organizzata la consegna?

Sia delivery che take away sono cresciuti enormemente. Pensiamo solo che il servizio messo in piedi con la nostra App a giugno del 2020 neppure esisteva: oggi abbiamo un sistema digitalizzato di prenota e ritira, che affianca il nostro take away classico. Per la questione della consegna, seguiamo un trend che era già fortemente in crescita: il nostro sistema di consegne, sviluppato internamente con la nostra logistica e con le nostre tecnologie, si è rivelato vincente, incidendo in modo crescente sul nostro business (fino al 4% di settimana in settimana, con picchi del 7% sul "prenota e ritira"). Il vantaggio più grande è senza dubbio quello di aver costruito un servizio misurato sulle nostre esigenze. Partendo per esempio dalla forma: la pizza al taglio è un prodotto particolare, venduto al peso in negozio. Noi abbiamo ribaltato la formula creando delle porzioni di teglia per il nostro delivery ma senza snaturare la nostra identità.

Quali le modalità di preparazione, offerta e consumo della vostra pizza?

Ogni giorno, in ogni singola pizzeria, un pizzaiolo che ha frequentato l'Accademia di Alice, prepara l'impasto partendo da farina, acqua e pochissimo lievito. La pizza al taglio è un prodotto artigianale preparato espresso,

dopo una lievitazione dell'impasto di almeno 24 ore. Viene cotta in teglia e venduta al peso, secondo le indicazioni del cliente, che può scegliere se venire in pizzeria e scegliere i gusti che preferisce dal banco, oppure ordinare a domicilio o passarla a ritirare nella fascia oraria preferita. Rispetto all'immagine classica della pizza, quella al taglio rappresenta una grande evoluzione: scalabile, personalizzabile e adatta in ogni momento della giornata.

Su quali aree del Paese, contesti ristorativi e formule punterete per lo sviluppo in futuro?

Stiamo già lavorando su tutti questi assi parallelamente. In particolare, rispetto ai classici format di retail, il nostro progetto riguarda non solo le zone più blasonate e i centri storici delle città, ma anche le aree in cui le persone vivono e tornano a casa ogni giorno: i quartieri. Questa versatilità è sicuramente uno dei fattori maggiormente distintivi del nostro format.

Come va l'attività delle Accademie del vostro brand?

Le nostre Accademie sono due: una a Roma e una Milano. Quest'ultima aperta proprio nell'anno della pandemia. Una sfida vinta: nel giro di pochissimi mesi dal taglio nastro hanno partecipato ai nostri corsi amatoriali più di 100 persone. La formazione è la base del nostro progetto, e rimane sempre gratuita e accessibile a tutti. Sia per quello che riguarda la formazione del personale che farà parte della nostra rete, sia per quello che riguarda i corsi "Mani in teglia", dedicati



ad adulti e bambini. In entrambi i casi, i corsi sono veicolo di cultura della pizza al taglio, un modo per capire e apprezzare di più questo prodotto. Anche se prima di tutto sono delle esperienze di socializzazione e condivisione: è importante che mantengano questo spirito.

I canali digitali sono ormai fondamentali...

E sono cresciuti in modo esponenziale. Questo ci ha permesso di accelerare su un progetto che era nel nostro cassetto e su cui eravamo già all'opera: la costruzione di un sistema digitale di servizi per integrare l'esperienza in store dei nostri clienti. Abbiamo fatto test su una community di prova, abbiamo messo a terra il progetto, abbiamo costruito l'esperienza, a partire da una forma d'acquisto tutto sommato tradizionale – quella della pizzeria al taglio si avvicina molto a quella di un forno, per intenderci – e dopo il lancio abbiamo cominciato a dialogare con i nostri clienti per capire come migliorare il nostro servizio, su cosa puntare, cosa aggiungere, come ingaggiarli in un percorso d'acquisto sempre in via di perfezionamento. Dopo

un anno siamo davvero a buon punto.

Altre novità da raccontare ai nostri lettori?

Oltre alle almeno 30 nuove pizzerie in pipeline, che si sommano alle 12 già aperte in questo primo semestre, le novità sono tantissime: lanceremo i corsi amatoriali aperti a tutti anche sull'Accademia di Roma, proporremo due nuove ricette in versione limitata per l'autunno, arriveremo in tante città italiane per la prima volta. Per rimanere in tema digitale invece, aggiungeremo l'esperienza del percorso loyalty per i nostri clienti.

Cosa differenzia Alice da altre catene di pizza?

La pizza al taglio riesce a rivoluzionare l'immagine tradizionale della pizza e la trasforma in un prodotto per tutti i giorni, leggero, croccante, ma comunque gustoso. Svincola la pizza dall'idea del piatto unico del sabato sera, opulento e monogusto. Introduce anche un nuovo modello di fruizione, quello della vendita al peso e il concetto di quantità personalizzabile. Questo nonostante la pizza al taglio abbia una lunga tradizione alle spalle: anche quella di Alice ha ormai 30 anni di storia, ma si presenta come un prodotto fortemente innovativo, adatto a tutti, che non pone vincoli di grandezza, di gusto o di forma. Ogni anno ne creiamo almeno quattro in edizione limitata, con un taglio stagionale. Siamo inoltre attenti a proporre un'offerta inclusiva: pizze vegetariane, vegane, senza lattosio, leggere per l'estate, con ingredienti bilanciati fra di loro e sempre freschi, molto appaganti in termini di gusto, con un occhio sempre attento anche all'estetica.



Uno spettacolo di
**SPK-
TEATRO**

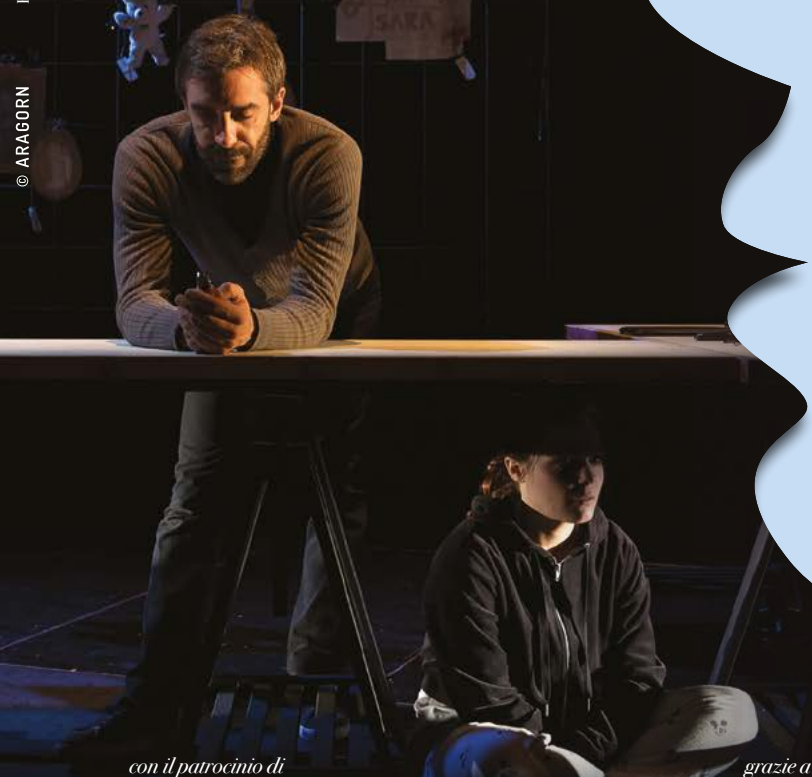
Prodotto da *Teatro Comunale Giuseppe Verdi* di Pordenone
con il sostegno di *Fondazione Friuli*
di *Lisa Moras* con *Caterina Bernardi* e *Marco Bellocchio*

Senza parlare

*La storia semplice ma
complicata di Sara e Marco,
due fratelli separati da una
(apparente) incomunicabilità*

Foto di Sonia de Bani

© ARAGORN



con il patrocinio di

grazie a



Fondazione
CARIPLO



INTESA  SANPAOLO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

aragorn



**Fondazione
Benedetta D'Intino**
A DIFESA DEL BAMBINO
E DELLA FAMIGLIA

**Chi ha gravi disabilità comunicative
vive senza parole in un mondo privo
di relazioni. Riempiamolo insieme!**

MILANO SETTEMBRE 2021
ORE 20.30

13 - Teatro Franco Parenti

15, 16, 17, 18 - Teatro Filodrammatici

20, 21 - Teatro Tertulliano

23, 24 - PACTA Salone

27, 28 - Teatro della Cooperativa

30 e 1 ottobre - Campo Teatrale

INGRESSO GRATUITO
PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA

Per informazioni e prenotazioni
fondazione.benedettadintino.it/senza-parlare/
biglietteria@aragorn.it

coordinamento generale

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna



Foto di Hoja Studio su Unsplash



Foto di Jonathan Borba su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 66



Foto di Alex Haney su Unsplash

La commerciale **fa il bis**



Foto di Dan Gold su Unsplash

La commerciale fa il bis e ancora una volta è il segmento più dinamico, con una crescita di 18 contratti, a quota 57. Aumentano di 11 quelli alla voce scuole, fino a quota 37. L'incremento è pari a 2 sia nella aziendale che nei buoni pasto e di 1 nella sociosanitaria. Fermo il vending. In totale, si passa da 98 a 132 segnalazioni, con una progressione di tappa pari a 34.

(Nella quarta rilevazione abbiamo censito 132 contratti e 55 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CAMST	2 contratti precedenti
CORISAR SAS	2 contratti precedenti
SERIST	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente



Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CIRFOOD	3 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPS COOP. SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	1 contratto
♦ ASP VALSASINO CITTÀ, SAN COLOMBANO AL LAMBRO (MI)	
SOLARIA SOC. COOP. A.R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

BIORISTORO ITALIA	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
RICA SRL	1 contratto precedente
KLASS SERVICE SRL	1 contratto precedente

Mense Aziendali

CAMST	1 contratto
♦ TEP S.P.A., PARMA	
CIRFOOD	4 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE	2 contratti
♦ COMUNE DI MONTANARO	1 contratto precedente



Scuole Private ed Università

CLIPPER S.A.S.	1 contratto
♦ COMUNE DI STRIANO (NA)	
DUSSMANN SERVICE	2 contratti
♦ COMUNE DI MONTANARO	
♦ COMUNE DI ALBENGA (SV)	
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	2 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto
♦ COMUNE DI LECCE	
PANACEA SRL	1 contratto precedente
TURIGEST SRL	2 contratti
♦ COMUNE DI CAMPI SALENTINA (LE)	
♦ COMUNE DI LECCE	
VIVENDA	1 contratto precedente



Scuole Pubbliche

CIRFOOD	5 contratti
♦ COMUNE DI CARRARA	
4 contratti precedenti	
COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SCARL	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	6 contratti
♦ COMUNE DI ALBENGA (SV)	
♦ CCOMUNE DI TRIESTE	
5 contratti precedenti	
ELIOR RISTORAZIONE	3 contratti
♦ PROVINCIA DI PIACENZA P/C DEL COMUNE DI CARPANETO P.NO (PC)	
♦ COMUNE DI GROPPELLO (PC)	
1 contratto precedente	
EURORISTORAZIONE	2 contratti precedenti
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPES COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	1 contratto precedente
SODEXO	2 contratti precedenti
SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto precedente



Ristorando.
collettiva-commerciale moderna
Pocketmags Europe
Gratis - Offre acquisti in-app

Istantanee [iPhone](#) [iPad](#)



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



www.edifis.it

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

ALICE PIZZA	1 contratto precedente
BURGEZ	2 contratti
♦ BRESCIA	
1 contratto precedente	
CAFFÈ PASCUCCHI RISTORAZIONE	1 contratto
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
CIRFOOD	1 contratto
♦ RITA PIEVE, REGGIO EMILIA	
CHANGE FOOD	1 contratto precedente
GIAPPOKE	1 contratto precedente
GRUPPO CAPRI	1 contratto
♦ VÀSAME, VIAREGGIO (LI)	
GÜD MILANO	1 contratto precedente
HEALTHY COLOR	1 contratto
♦ ROMA VIA GALLIA	
HEKFANCHAI	3 contratti precedenti
ILLYCAFFÈ	2 contratti
♦ C/O RINASCENTE, MILANO	
♦ TRIESTE	
IPER LA GRANDE I	1 contratto
♦ LE TERRE - PIATTI DELLA TRADIZIONE, IPER ROZZANO (MI)	
JOYLAB	1 contratto
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
LA CANNOLERIA SICILIANA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	5 contratti precedenti
LA PINA	1 contratto
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
LOWENGRUBE	1 contratto precedente
LUCA GUELFY GROUP	1 contratto precedente
MCDONALD'S	3 contratti precedenti
MI'NDUJO	1 contratto precedente
OLD WILD WEST	1 contratto
♦ C/O GATE A, GAETA	
PACIFIK POKE	1 contratto precedente
PANE&TRITA	1 contratto
♦ THE FUNNY SIDE OF MEAT, MILANO	
PIZZAUT	1 contratto precedente
PIZZA GANZA	1 contratto
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
PIZZIUM	2 contratti precedenti
POKE HOUSE	3 contratti
♦ CC CENTRO SICILIA, PALERMO	
♦ CC FORUM, CATANIA	
1 contratto precedente	
PUNTO GRILL SERVICES	1 contratto precedente
ROADHOUSE	5 contratti
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
4 contratti precedenti	
SUSHIKO	1 contratto
♦ CC LEVANTE, LIVORNO	
THE MEAT MARKET	1 contratto precedente
VIVO	1 contratto precedente
WAVES FOOD&DRINKS	1 contratto
♦ C/O GATE A, GAETA	

Siti in Concessione

ALMA SRL	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	3 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
PANELLA	1 contratto precedente



Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE	1 contratto precedente
EDENRED	5 contratti
♦ CAFC SPA, MILANO	
♦ AFOL - AGENZIA METROPOLITANA PER LA FORMAZIONE, L'ORIENTAMENTO E IL LAVORO, MILANO	
3 contratti precedenti	
YES TICKET SRL	1 contratto
♦ GAIA SPA	



Vending

EBONCI SRL	1 contratto precedente
STIMA SRL	1 contratto precedente
STIGMA SRL	1 contratto precedente
DOLOMATIC SRL	1 contratto precedente
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente

Contratti monitorati
al 31 Maggio 2021

I Segmenti della ristorazione moderna

Case di cura, cliniche, ospedali	6
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	9
Totale Ristorazione Collettiva	15
Forze armate e corpi militarizzati	4
Ristoranti aziendali ed interaziendali	7
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	11
Scuole private ed Università	12
Scuole pubbliche	25
Totale Ristorazione Scolastica	37
Esercizi urbani e centri commerciali	50
Esercizi in concessione	7
Totale Ristorazione Commerciale	57
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	7
Totale Buoni pasto	7
Vending	5
Totale contratti monitorati	132



Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Apro

EDIFIS

a proposito di

Ristorando è anche su Appstore

www.edifis.it



Società monitorate al 31 Maggio 2021

1	ALICE PIZZA	
2	ALMA SRL	
3	AUTOGRILL	
4	BIORISTORO	
5	BONCI SRL	
6	BURGEZ	
7	CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	
8	CAMST	
9	CHANGE FOOD	Ham Holy Burger
10	CHEF EXPRESS	Panella
11	CIGIERRE	Old wild West
12	CIRFOOD	
13	CLIPPER S.A.S.	
14	COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETA' E LAVORO SCARL	
15	CORISAR SAS	
16	DAY RISTOSERVICE	
17	DOLOMATIC SRL	
18	DUSSMANN RISTOSERVICE	
19	EDENRED	
20	EURORISTORAZIONE	
21	GEMOS SOC. COOP.	
22	GIAPPO	Giappoke
23	GLOBAL SERVICE	
24	GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
25	GRUPPO ARGENTA	
26	GRUPPO CAPRI	Vàsame
27	GÜD MILANO	
28	KLASS SERVICE	
29	HEKFANCHAI	
30	ILLYCAFFÈ	
31	IPER LA GRANDE I	Le Terre
32	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	
33	JOYLAB	
34	LA CANNOLERIA SICILIANA	
35	LA PIADINERIA	

36	LA PINA	
37	LOWENGRUBE	
38	LUCA GUELFY GROUP	Dal Milanese
39	MI'NDUJO	
40	MCDONALD'S	
41	MEDIHOSPES COOP. SOCIALE ONLUS	
42	PACIFIK POKE	
43	PANACEA SRL	
44	PANELLA	
45	PANE&TRITA	The funny side of meat
46	POKE HOUSE	
47	PUNTO GRILL SERVICES	
48	ROADHOUSE	
49	RICA SRL	
50	SERIST	
51	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
52	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	
53	SODEXO ITALIA	
54	SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	
55	STIGMA SRL	
56	STIMA SRL	
57	SUSHIKO	
58	THE MEAT MARKET	
59	TURIGEST SRL	
60	VIVENDA	
61	VIVO	
62	WAVES FOOD&DRINKS	
63	YES TICKET SRL	

EasyCassa, il registratore di Mooney che rivoluziona il settore Food

Il **settore Ho.Re.Ca.** necessita di un registratore di cassa telematico, che affianchi l'esercente durante tutte le fasi di vendita fino alle attività di digitalizzazione dei processi fiscali.

Mooney ha lanciato il nuovo registratore di cassa in abbonamento **EasyCassa**, dedicato a tutte le strutture ricettive e inerenti il settore *Food&Beverage*. EasyCassa permette di massimizzare i vantaggi e abbattere i costi: in un comodo **abbonamento All-in-One**, è possibile analizzare i ricavi del punto vendita oppure, per le attività in **franchising**, controllare l'aggregato di tutti gli store, verificando le performance di ogni esercizio commerciale. Il registratore di cassa telematico EasyCassa propone una soluzione unica a tutte le procedure richieste dalle nuove normative contro l'evasione fiscale. Infatti, il sistema integrato proposto da Mooney prevede la gestione di ogni attività riguardante la fatturazione elettronica (attiva e passiva), ma anche la gestione della lotteria degli scontrini. In più, processa in maniera automatica l'invio dei corrispettivi all'Agenzia delle Entrate, semplificando una prassi che fino a pochi mesi fa è stata manuale.

Con EasyCassa si hanno delle funzionalità studiate appositamente per la vendita al dettaglio, come:

- registrazione dei clienti
- calcolo dei conti separati già divisi per ogni tavolo
- creazione di pratiche liste prodotti/categorie per un'organizzazione semplificata e intuitiva;
- organizzazione dei tavoli e delle comande.
- possibilità di gestire oltre **300 tavoli**, anche in sale diverse, ognuno con le relative comande in uscita dalla cucina.



www.easycassa.it

easyCassa
SisalPay

Meal Manager: il software di gestione dei pasti che si adatta alle tue esigenze

Meal Manager è il prodotto più completo per gestire al meglio e tenere sotto controllo tutti gli aspetti della gestione e prenotazione dei pasti in ambienti collettivi (ospedali, cliniche, case di riposo, mense aziendali e scolastiche).

Con Meal Manager:

- Puoi utilizzare il ricettario o menù già presenti o crearne di nuovi
 - Semplifici la fase di raccolta prenotazioni in quanto la pianificazione dei pasti è già organizzata e basta scegliere
 - Ottimizzi i tempi e le risorse impiegate nella produzione
 - Gestisci tutte le esigenze alimentari (vegani, patologie, allergie...)
 - Avrai il Cartellino Nutrizionale (con layout personalizzabile) e, per ogni pasto prenotato, il suo contenuto in termini di valori nutrizionali ed eventuali allergeni
- Meal Manager è multilingua e si sincronizza e comunica con qualunque Cartella Clinica, Magazzino e Contabilità già in uso nella struttura. Scopri come Meal Manager può migliorare il tuo lavoro, contattaci per scoprire quanto è semplice.



www.mealmanager.it

LiberoPro Electrolux Professional: massima produttività in cucina

LiberoPro è il nuovo arrivato di Electrolux Professional: una soluzione plug&play versatile e professionale. L'alleato perfetto per liberare la creatività in cucina e all'aperto.

Electrolux Professional lancia LiberoPro e soddisfa le esigenze degli operatori del settore fornendo un servizio di prima classe, con un tocco contemporaneo. Prestazioni elevate con 8 ore di lavoro consecutive garantite, spirito libero per un'installazione possibile ovunque con la soluzione plug&play, design e facilità d'uso per una

soluzione versatile con configurazione da incasso. Il carattere eclettico di LiberoPro unito al suo animo green, attento all'efficienza energetica e all'impatto ambientale, lo rende un'elegante combinazione di tecnologia ad alte prestazioni ed eccellenti risultati di cottura per una perfetta esperienza culinaria. Il mondo LiberoPro si compone di piani cottura a induzione, fry top e wok con vantaggi mirati e adatti ad ogni tipo di preparazione. Potenza, velocità e uniformità garantite. I piani di cottura possono essere utilizzati insieme ad altre soluzioni di cottura orizzontale Electrolux Professional, per creare un'efficiente area di lavoro. La postazione mobile chiamata LiberoPro Point è eccellenza in movimento. Il suo design plug&play, robusto e pratico, lo rende durevole in qualsiasi ambiente di lavoro. I cassetti refrigerati conservano gli ingredienti freschi, indice di altissima qualità e il design ergonomico dell'ampio ripiano assicura comfort e flessibilità.



www.electroluxprofessional.com

Electrolux
PROFESSIONAL

iVario Pro, qualità degli alimenti senza controllo né monitoraggio

iVario Pro è il sistema di cottura multifunzione di **RATIONAL** che sostituisce perfettamente tutti gli apparecchi di cottura tradizionali. Infatti, grazie alla sua straordinaria tecnologia e ai suoi tre "aiuto-cuochi" intelligenti che pensano e imparano, è possibile bollire, arrostiti, friggere e cuocere a pressione.

iVarioBoost è un sistema di gestione integrato dell'energia che combina elementi riscaldanti in ceramica e fondo vasca reattivo e resistente ai graffi, permettendo elevata efficienza, velocità eccezionale e distribuzione uniforme del calore, con consumi decisamente ridotti rispetto agli apparecchi tradizionali. **iCooking Suite** è l'intelligenza di cottura che, imparando da te e dalle tue abitudini, adatta il percorso di cottura in base al singolo alimento e lo porta al risultato di cottura desiderato, chiamandoti solo quando è necessario il tuo intervento, per girare la bistecca ad esempio.

iZoneControl ti permette di suddividere il fondo della vasca in singole zone di cottura - fino a quattro - utilizzabili con temperature diverse e personalizzabili per dimensioni, posizione e forma. In un'unica vasca puoi preparare quindi gli stessi piatti o pietanze diverse, contemporaneamente o in tempi diversi, con la stessa temperatura o a temperature diverse. Puoi riscaldare solo la superficie di cui hai davvero bisogno, risparmiando energia e molte altre attrezzature da cucina. **iVario** soddisfa tutte le caratteristiche per accedere all'agevolazione Impresa 4.0: puoi richiedere quindi il credito d'imposta del 50% nel 2021 e 40% nel 2022.

www.rational-online.com



L'igiene mani del Post COVID-19 nel settore alimentare

SDS si sta preparando alla ripartenza e alla riapertura nel settore Foodservice, non trascurando quello che ormai da più di 25 anni grazie alla partnership con **RUBBERMAID** è un vero e proprio cavallo di battaglia: l'igiene delle mani. Il rispetto scrupoloso delle norme di sicurezza anti-COVID per il contenimento del virus risulta particolarmente importante per gli operatori del settore alimentare. In termini pratici, questo significa che le imprese alimentari di ogni dimensione – dai piccoli laboratori fino alle grandi industrie – che si occupano di manipolazione e trasformazione dei cibi dovranno poter usufruire di attrezzature e protocolli specifici che garantiscano sia la sicurezza del prodotto che quella degli operatori. Proprio per questa ragione **SDS** propone un sistema igienizzazione sicuro, innovativo e sostenibile dal punto di vista ambientale. Il sistema si compone di un dispenser **LumeCel™ AutoFoam touch free** che riduce la diffusione di germi e batteri. Una soluzione eco-sostenibile oggi presentata solo da **SDS** perché il funzionamento non necessita di pile alcaline ed il relativo smaltimento. Il sistema **LumeCel™** cattura l'energia da qualsiasi fonte di luce sia naturale che derivante dall'illuminazione interna. Il dispenser touch free viene abbinato a ricariche sigillate igienicamente che erogano 2500 dosi con un costo in uso estremamente economico rispetto ai gel tradizionali con dosatori manuali. Durante la sostituzione, le ricariche di **RUBBERMAID** (P.M.C.) possono essere facilmente sostituite evitando di entrare in contatto con la schiuma igienizzante. Con l'intero sistema di igiene per mani **SDS** e **RUBBERMAID** è possibile eliminare il 99,9% di germi e batteri, ma con un occhio attento agli sprechi e all'igiene.



SDS
simplify your work

POLIBOX

www.grupposds.it

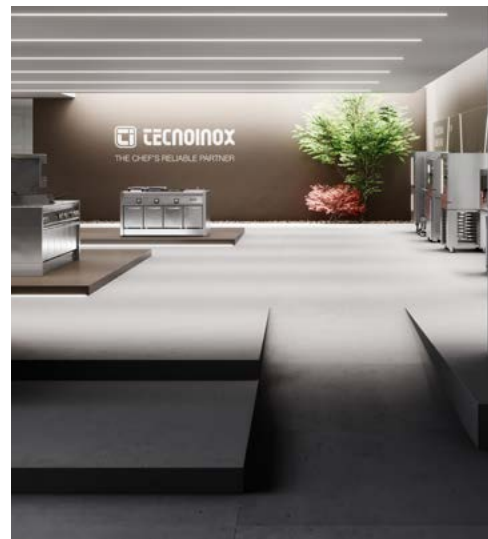
Lo showroom virtuale di Tecnoinox

Nel 2020 **Tecnoinox** ha affrontato una profonda trasformazione, fatta di digitalizzazione (presentazioni con smart glass) e innovazione di servizio a beneficio di partner e utenti finali (pay-per-use sui forni TAP).

Oggi il percorso culmina con la realizzazione della **showroom virtuale**.

Cliccando sul link "showroom" in alto a destra sul sito www.tecnoinox.it è possibile conoscere le principali soluzioni per la cottura professionale dell'azienda entrando in uno spazio tridimensionale, allestito come una vera showroom. È una sorta di videogioco 3D che permette di spostarsi nella sala, vedere forni e cucine da varie angolazioni, zoomare e accedere con facilità ad approfondimenti multimediali: schede-prodotto, video, tutorial, animazioni in 3D. Il visitatore gode di un'esperienza immersiva online e il realismo è stupefacente. La collaborazione con K-Lab, azienda associata al Polo Tecnologico Alto Adriatico, ha consentito di ottenere un risultato di altissimo profilo. La virtual showroom diventa un modo per conoscere **Tecnoinox** molto più avvincente di un catalogo, è una fiera sempre aperta che tutti possono visitare in qualsiasi momento, dal proprio pc o smartphone.

www.tecnoinox.it



TECNOINOX

ALIMENTI SENZA GLUTINE

DrSchär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



People-centric innovation

IFI S.p.A.

Divisione Contract
Strada Provinciale Feltresca 70
61010 Rio Salso (PU)
Tel. +39 0721 905281
info@ifi.it - www.ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Blu Building - Ala 3 - 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edénred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



The Freshness Company®

Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Allegriini S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. +39 035 4242111 - Fax +39 035 526588
info@allegriini.com - www.allegriini.com

EQUIPMENT



Robot Coupe Italia S.r.l.

Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.it

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. +39 035927030
www.generalfruit.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orongel.it - info@orongel.it



L'italiana preferita dallo chef

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com



Metaltecnica Produzioni S.r.l.

Via Rossini, 26
47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852
Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com
info@metaltecnica.com



S.D.S. Società

di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE



Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



SOLUZIONI INFORMATICHE
PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Medimatica S.r.l. Unipersonale

Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it
www.mealmanager.it



Mytec S.r.l.

Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com



Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. +39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it



Zucchetti

Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

Edifis Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it

Le verdure in quindici passi. Cucinarle, amarle e vivere felici

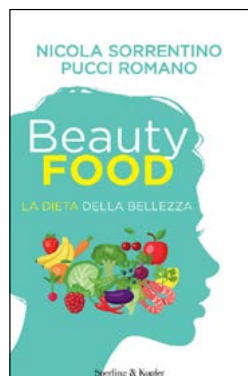
di Stefano Erzegovesi
Mondadori
Euro 19,00

Una relazione travagliata, avara di passione: potremmo definire così il nostro rapporto con le verdure. Grazie alla vasta diffusione di studi dedicati alle proprietà curative degli ortaggi, abbiamo ormai acquisito una certa consapevolezza del ruolo svolto da un'alimentazione verde nella prevenzione di diverse patologie. Eppure un'atavica diffidenza ci fa sospettare ancora di finocchi, broccoli e zucchine, noiose necessità del menu quotidiano, poco attraenti per i sensi. In questo libro Stefano Erzegovesi suggerisce uno sguardo nuovo e stimolante sulle infinite risorse del pianeta vegetale, aggiungendo un importante tassello all'opera di divulgazione incentrata sul legame fra cibo e salute psicofisica. L'approccio ideale è l'empatia: per sfruttare le virtù benefiche di fagiolini, cavoli e carote, e insieme esaltarne le qualità a tavola, occorre "mettersi nei loro panni", conoscerne natura e "carattere", rispettarne stagionalità e tempi di raccolta, luoghi e sistemi di coltivazione e di conservazione. Con uno stile appassionato, coinvolgente e ironico, capace di dosare rigore, metodo e creatività, l'autore ci accompagna in un cammino inconsueto alla scoperta del mondo delle verdure, un territorio di cui ci svela colori, profumi e segreti, e che indaga con la curiosità di un esploratore.



Beautyfood. La dieta della bellezza

di Nicola Sorrentino
e Pucci Romano
Sperling & Kupfer
Euro 16,90



Nicola Sorrentino, medico nutrizionista, e Pucci Romano, dermatologa, uniscono le loro profonde competenze e i risultati degli studi scientifici più recenti per distillare le indicazioni e i suggerimenti alimentari capaci di nutrire, proteggere e rigenerare la cute, riparando i danni causati dallo stress e dal tempo, rendere più elastici i vasi sanguigni, combattere secchezza, impurità, rughe, irritazioni. Un metodo esclusivo per garantire il giusto apporto di sostanze indispensabili e protettive, ma completo anche di preziose abitudini quotidiane, una sorta di beauty routine "edibile" straordinariamente efficace e facile da mettere in pratica. Scopriremo una dieta equilibrata, potenziata dall'acqua, elisir di bellezza alla portata di tutti, e ricca di elementi fondamentali per la nostra flora intestinale, che influisce in modo importante sulla salute cutanea. Una serie di deliziose ricette, basate su ingredienti gustosi e semplici da reperire, ci dimostrerà fin da subito gli effetti benefici della dieta su salute, pelle e peso. Non più semplice cibo da ingerire, ma anche cosmetico, medicina e strumento per rallentare l'invecchiamento e raggiungere un benessere duraturo. Perché la bellezza è soprattutto salute.

Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

**Il gusto della
tradizione.**



**Come a
casa tua.**



Mangiare bene è un'attività fondamentale per sentirsi meglio e nulla è più buono di un piatto che ricorda i sapori di casa. I nutrizionisti ed esperti Elixir studiano ogni giorno ricette che abbinano salute e tradizione per migliorare la qualità della vita e permettere agli ospiti più anziani di godersi il piacere del buon cibo e dello stare insieme a tavola.



Gusto e croccantezza impareggiabili!

Novità



Grazie al loro speciale rivestimento esterno, **i prodotti della linea Extra Pizzoli** garantiscono un gusto straordinario e una croccantezza unica. La scelta ideale per creare menù sempre originali e sorprendenti.

Da sempre al fianco dei professionisti della ristorazione

www.pizzoli.it/professional